VISUELL

SMART PHOTO DIGEST

Das Magazin für moderne Fotografie

DER BILDERMARKT IN ÖSTERREICH

WIE MANAGEN WIR DIE BILDERFLUT

CEPIC KONGRESS 2014

03_2014
ISSN 2198-4611
Deutschland 5,90 €
Österreich 6,80 €
Schweiz 10,50 CHF
4 198505 605908 03

LIEBE LESERINNEN UND LESER,

„Die Fotografie“ feiert wieder ein Jubiläum. Seit 175 Jahren wird fotografiert!
Die einstigen Porträtmaler vor der fotografischen Epoche haben sich angepasst und bedienen heute den Kunstmarkt in einer anderen Form.

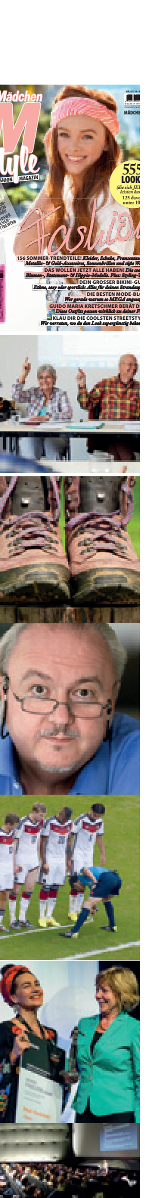
WIE GEHT ES MIT DER FOTOGRAFIE WEITER?

Auch die fotografische Bilddokumentation sucht und entwickelt neue Möglichkeiten, um weiter bestehen zu können. Smartphone, da Lichtfeldkameras und die gesamte digitale Bilderwelt, neue Maßstäbe und Ziele setzen. Die Inflation der vielen Fotos verändert das Bildgeschäft bei gleichzeitig steigender Nachfrage.
Bildredakteure in den Verlagen und überall dort, wo ständig viele Bilder gebraucht werden, sind dabei, in der Bilderflut zu ersticken. Wer täglich 10.000 neue Bilder oder mehr durchsuchen muss, kann dies auf Dauer nicht durchhalten (siehe Seite 48-50).
Fotoagenturen entdecken für ihre Kunden einen alten Service wieder. Bildbearbeitungsgebühren sind wieder aktuell. (siehe Seite 38).
Den österreichischen Bildmarkt stellen wir Ihnen in dieser VISUELL-Ausgabe vor. In der Alpenrepublik mit rund 8 Millionen Einwohnern gibt es sehr wenige Fotoagenturen, dafür jedoch für die Größe des Landes sehr viele Verbraucher von Fotorechten. Auf dem Bildmarkt mit aktuellen Fotos dominiert die Austria Presse Agentur (APA). Bei dieser größten österreichischen Agentur sind auch tolle Stockfotos zu finden. Internationale Bildanbieter liefern ohne eigene Landesvertretung Bildmaterial für Bildnutzer nach Österreich (siehe Seite 24).
Unseren aktiven Lesern, die uns Informationen und Anregungen vermitteln, möchten wir an dieser Stelle herzlich danken. Im nächsten Heft berichten wir über das unkontrollierbar gewordene Urheberrecht, und über Meinungsäußerungen und Vorschläge unserer Leser zu diesem Thema freuen wir uns!
Wie immer verbleiben wir mit einem herzlichen Gruß aus Baden-Baden

Dieter Brinzer

Zentralredaktion
Verlag

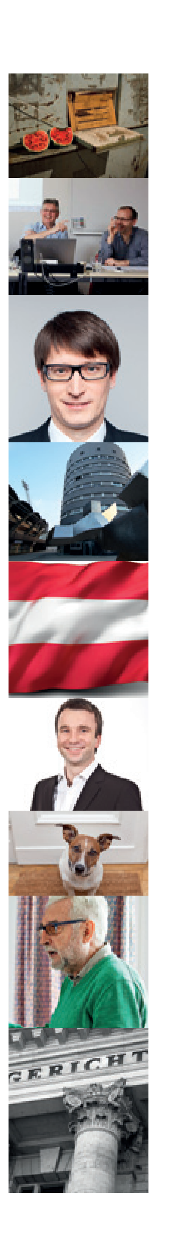
INHALT

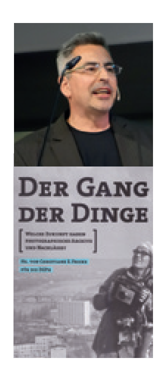


NEWS

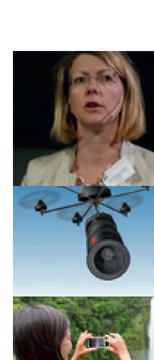
THEMEN

BUCHVORSTELLUNG





SERVICE



+++ NEWS/EVENTS +++

GDT NATURFOTOGRAF DES JAHRES 2014

Der von der Gesellschaft Deutscher Tierfotografen, GDT, alljährlich verliehene Titel „Naturfotograf des Jahres“ geht an Paul Kornacker aus Swisttal bei Bonn mit dem Bild „ArtDunes“, einer Sanddüne in Namibia. Damit gewann erstmalig ein Bild aus der Kategorie „Atelier Natur“ den Wettbewerb.

Paul Kornacker, der mit seinen Bildern für einen respektvollen und umsichtigen Umgang mit der Natur wirbt, setzte sich mit seinem Bild „ArtDunes“ gegen 228 GDT-Mitglieder aus sieben Ländern durch. Insgesamt wurden 3.525 Bilder eingereicht. Der Wettbewerb „GDT Naturfotograf des Jahres“ wird in jedem Jahr ausschließlich für Mitglieder der Gesellschaft ausgeschrieben – im Gegensatz zum Wettbewerb „GDT Europäischer Naturfotograf des Jahres“, der offen ist für alle Fotografen mit Wohnsitz in Europa.

Die Ausstellung zum Wettbewerb ist noch bis Ende September im Bundesamt für Naturschutz (BfN) in Bonn zu sehen.

EUROPEAN PUBLISHERS AWARD FOR PHOTOGRAPHY

Der European Publishers Award for Photography ist eine Initiative mehrerer europäischer Verleger zur Förderung zeitgenössischer Fotografie und geht in diesem Jahr an den ukrainischen Fotografen Kirill Golovchenko mit seinem Projekt „Bitter Honeydew“. In emphatischen Porträts dokumentiert Golovchenko den harten Überlebenskampf der Straßenhändler an den ukrainischen Fernstraßen. Dabei geht es nicht nur um Einheimische, die in der warmen Jahreszeit ihre Stände am Straßenrand aufbauen, sondern auch um Menschen aus den Rändern der ehemaligen Sowjetunion, die es – zum Teil mit ihren Familien – hierher zieht, um Geld zu verdienen.

Das Siegerprojekt wird im Herbst dieses Jahres in fünf europäischen Verlagen zeitgleich in Buchform veröffentlicht, jeweils in einer eigenen Edition in der jeweiligen Landessprache. www.europhotobookaward.eu

MAZ-MULTIMEDIATAG

Die Schweizer Journalistenschule „MAZ“ weist auf den MAZ-Multimediatag am 17. September 2014 hin. Während dieser Veranstaltung geben Kolleginnen und Kollegen aus dem In- und Ausland in 18 über den Tag verteilten 40-minütigen praxisnahen Inputs und Workshops konkrete Antworten auf Fragen, welche die Medienschaffenden bewegen:

- Modell „Buzzfeed“ – Was bringen die Emotionen?
- Animierte GIFs – Do‘s & Don‘ts im Journalismus
- Scrollreportagen – Die clevere Erzählform für Internet-Reportage
- Online-Trends 2015 – Worauf wir uns vorbereiten müssen
- Photoshop konkret – So veredelt man Leserbilder
- Wenn‘s schnell gehen muss – Pfannenfertige Grafiken von Statistikern

Der Tag richtet sich an Medienschaffende aus Journalismus, Fotografie, Infografik und Multimedia-Produktion. Vorwissen wird nicht vorausgesetzt. www.bit.ly/Multimediatag



FOTO DES JAHRES 2013

Der schwedische Fotograf Niclas Hammarström ist Sieger des Wettbewerbs „UNICEF-Foto des Jahres“. Er wird für seine Reportage über das Leben von Kindern in der umkämpften syrischen Stadt Aleppo geehrt. „Das Foto des Jahres zeigt das Gesicht des syrischen Bürgerkriegs – das Gesicht eines verletzten und tief verstörten Kindes“, sagte Daniela Schadt, Schirmherrin von UNICEF Deutschland. „Der Blick des Kindes ist ein Aufruf an die Welt, alle diplomatischen und humanitären Anstrengungen zu verstärken, damit nicht eine ganze Generation von Kindern verloren geht.“

ANGST UM DEN BOXER ANDREAS SIDON

Der Fotograf Armin Smailovic und der Autor Takis Würger erhielten für eine Reportage, die im „Spiegel“ veröffentlicht wurde, den Hansel-Mieth-Preis 2014. Der Boxer tritt nochmals in den Ring, obwohl er bereits über 50 Jahre alt ist und mit massiven Gesundheitsproblemen zu kämpfen hat. Die Reportage erhielt die renommierte Auszeichnung zusammen mit einem Preisgeld von 6.000 Euro. Der Hansel-Mieth-Preis wird seit dem Tod der bekannten Fotografin alljährlich ausgeschrieben.

KUNST ZUM KAUFEN

Was viele Besucher sich schon lange gewünscht haben, wird jetzt zur photokina 2014 erstmals umgesetzt. Hochwertige Fotokunst kann auf der kommenden photokina vom 16. bis 21. September 2014 auch käuflich erworben werden. Möglich macht es ein neues Angebot auf der wichtigsten Foto- und Imagingmesse der Welt: die photokina sales gallery. Platziert auf dem Nordboulevard der Messe können interessierte Besucher erstmalig auf der neuen Fläche hochwertige Fotokunst ausgewählter Anbieter erleben und die Fotografien direkt vor Ort erwerben. Damit räumt die photokina der künstlerischen Seite der Fotografie nochmals größeren Raum ein.

www.koelnmesse.de

E-Mail: b.steiner@koelnmesse.de

SALOMON-PREIS FÜR GERD LUDWIG

Der Fotograf Gerd Ludwig wird mit dem Dr. Erich Salomon Preis der Deutschen Gesellschaft für Photographie ausgezeichnet. Demnach wird Ludwig für seine vorbildliche Anwendung der Photographie in der Publizistik“ geehrt, wie es in der Urteilsbegründung heißt. Die Preisverleihung findet am 20. September im Rahmen der photokina in Köln statt. Die Laudatio wird Peter Matthias Gaede, Chefredakteur von GEO, halten.

VERÄNDERUNG BEI WORLD PRESS PHOTO

Michiel Munneke verlässt nach 13 Jahren World Press Photo. Sein Ausscheiden erfolge zum 1. November und auf eigenen Wunsch, teilte das Unternehmen mit. Munneke war zunächst als Leiter des Wettbewerbs- Ausstellungs- und Weiterbildungsprogramms tätig, bevor er in die Chefetage der Organisation aufstieg.

+++ NEWS/VERLAGE+++

„HAPPY VEGGIE“

Einen neuen Titel im Segment der fleischlosen Küche brachte der in Freiburg ansässige Verlag Hille Medien auf den Markt. „Happy Veggie“, so der Titel, erschien mit einer Druckauflage von 60.000 Stück.
Das Magazin erscheint vierteljährlich zu einem Copypreis von 4,90 Euro. Eine Erhöhung der Frequenz auf zweimonatlich hängt von der Akzeptanz der Leser ab, so Winfried Hille, Herausgeber und Chefredakteur der Zeitschrift.

NUR NOCH MIT EINHEITS-LOGO

Um das Zusammenwachsen von Print- und Digital-Inhalten zu signalisieren, schafft Springer die Endung .de beim Logo auf der „Bild“-Homepage ab. Auf allen Kanälen Print, Web, Mobile und Apps soll in Zukunft das gleiche Logo erscheinen, nämlich nur noch die klassischen, bekannten vier weißen Buchstaben auf rotem Grund. Das solle „die gelebte Kultur der gemeinsamen Redaktion“ zeigen, so „Bild“-Chefredakteur Kai Diekmann. Die Website präsentiert sich zudem überarbeitet und setzt u.a. auf eine sogenannte „sticky navigation“ – eine schmale Kopfleiste, die auch beim Scrollen immer im Blick bleibt. Beim Mobilportal wird jetzt das Kurzmenü verwendet.

MEHR BEWEGTE BILDER AUCH BEI „BILD“

Deutschlands auflagenstärkste Zeitung baut die Videoschiene weiter aus. Einer der bekanntesten Videojournalisten ist jetzt als Creative Director bei „Bild“ tätig. Robert King (44) ist als Videojournalist in Krisenländern bekannt. Er soll Bewegtbild-Aktivitäten des Hamburger Großverlages ausbauen und erweitern. Videoaufzeichnungen gewinnen nach Ansicht eines Verlagssprechers immer mehr an Bedeutung. Von dem neuen amerikanischen Mitarbeiter Robert King wird viel erwartet.

NEUES MÄNNERMAGAZIN VON GRUNER + JAHR

Der Gruner + Jahr Verlag präsentiert das Männermagazin „Manual“ mit der kühnen Aussage, es sei das erste Männermagazin, mit dem Männer etwas anfangen können. „Manual“ soll ein „modernes Handbuch für den Mann“ sein. Es soll inspirieren, Trends zeigen und Lebensgeschichten diskutieren, die aus dem „wahren Leben der Männer“ erzählen. Auf jeden Artikel folgt ein How-to-Manual.
Grundlage des Magazins ist die Frage, welchen Nutzwert hat „Mann“ von dem Gelesenen. Wie kann man das anwenden? Wie passt das zu mir und meinem Lebensstil?
„Manual“ erscheint sechs mal jährlich. Die erste Ausgabe umfasst rund 120 Seiten, wird im Bahnhofsbuchhandel und an Flughäfen erhältlich sein und zum Heftpreis von 3,80 Euro verkauft. Gruner + Jahr hat darüber hinaus mit der Modekette H&M eine Vertriebs-Kooperation geschlossen: H&M verteilt eine garantierte Auflage von 150.000 Exemplaren gezielt an männliche Käufer in den deutschlandweiten Filialen.

„BRIGITTE" ZUM 60. GEBURTSTAG IM POCKET-FORMAT

Im Mai 1954 erschien die erste „Brigitte". Sechs Jahrzehnte später erscheint die Frauenzeitschrift aus dem Hause Gruner + Jahr etwas kleiner als gewohnt und präsentiert sich zum 60. Geburtstag erstmals im Pocket-Format. Von der Jubiläums-Ausgabe, die es seit dem 21. Mai für 2,20 Euro statt der üblichen 2,80 Euro zu kaufen gibt, wurden 100.000 Exemplare gedruckt. Begleitet wird die Jubiläumsausgabe durch eine B2C-Kampagne in Print und Digital unter dem Motto „Wir haben Geburtstag. Sie bekommen die Geschenke".

AUCH „DICKSCHIFFE" GERATEN IN SEENOT

Es läuft nicht rund für die „Frankfurter Allgemeine Zeitung". Laut „Handelsblatt" schreibt die „FAZ" im Jahr 2013 Verluste im hohen einstelligen Millionen-Bereich. Der neue „FAZ"-Verlagschef Thomas Lindner bestätigte, dass die „FAZ" höhere Verluste schreibt als 2012. Es soll weiter am Personal in der Redaktion gespart werden, betriebsbedingte Kündigungen soll es dabei nicht geben. Lindner setzt auf Vorruhestandsregelungen und Fluktuation. Die „FAZ" hatte bereits im März ihre Seitenzahl reduziert. Hauptgrund für das Minus ist das rückläufige Anzeigengeschäft und hier vor allem der Stellenmarkt.

„REISEN. FOTOS VON UNTERWEGS"

In der Ausstellung „Reisen. Fotos von unterwegs" zeigt das Deutsche Literaturarchiv Marbach anhand von Reisefotos von Schriftstellern des 20. Und 21. Jahrhunderts das Bild, das sich diese von der Welt machten.

Zu sehen sind Fotos u.a. von Hermann Hesse, Arthur Schnitzler, Ernst Jünger, Siegfried Kracauer, Hilde Domin, Siegfried Lenz, Peter Handke und Rainald Goetz. Begleitet wird die Ausstellung von einem umfangreichen Rahmenprogramm aus Workshops und Führungen.

Dauer der Ausstellung: bis 5. Oktober 2014.

Der gleichnamige Katalog zur Ausstellung ist für 30,00 Euro erhältlich. ISBN 978-3-944469-01-0

www.dla-marbach.de/dla/museum/ausstellungen/index.html

LUST AM KOCHEN

Ein neues Magazin aus dem Kochsegment liegt am Kiosk. Die Erstausgabe von „Lust am Kochen" ist ganz den köstlichen kleinen Appetithäppchen aus Spanien gewidmet: den Tapas. Auf 100 Seiten sind die besten Rezepte der modernen und historischen Tapasküche zu finden, darunter auch viele vegetarische und vegane Gerichte.

Zu den beliebtesten Tapas-Klassikern fehlen auch nicht die passenden Weinempfehlungen. Jedes Rezept ist dabei hochwertig bebildert und präzise beschrieben.

Nützliche Hintergrundinformationen zu Oliven, dem passenden Geschirr und den original-spanischen Tapas runden das Magazin ab. Zum Schluss hält „Lust am Kochen" noch einige Tipps für den perfekten Tapas-Genuss in Deutschland oder während der Urlaubsreise direkt vor Ort bereit.

+++ NEWS/VERLAGE+++

Das Magazin hat 100 Seiten, eine Auflage von 48.000 Exemplaren und einen Copypreis von 4,80 Euro.

„EXPLORER" FÜR AUTOFREUNDE

Der Wieland-Verlag brachte mit dem Titel „EXPLORER" ein Magazin für den automobilen Globetrotter heraus. Das Heft richtet sich an Leserinnen und Leser, die gern mit ihrem Wagen abseits der Straße das große und kleine Abenteuer suchen. Die Erstausgabe hat 116 Seiten und bietet mit zwei Offroadfahrzeugtests, einem Ratgeber zur Bordapotheke und einem Vergleichstest von flexiblen Solarmodulen eine recht große Serviceecke. Zusätzlich gibt es Interviews und Portraits erfahrener Weltenbummler.
Der Themenmix aus Test, Technik, Reisen, Service, Menschen und Ländern soll den interessierten Leser fesseln und den Verkaufserfolg garantieren. Das Heft erscheint viermal im Jahr und kostet 6,80 Euro.

FUNKE WOMEN GROUP ERHÖHT „HERZSTÜCK"-FREQUENZ

Die Funke Women Group reagiert auf den guten Verkauf des Titels „Herzstück". Nachdem die dritte Ausgabe des Titels eine verkaufte Auflage von rund 60.000 Exemplaren erzielt hat, soll die Erscheinungsweise 2015 von vierauf sechsmal jährlich erhöht werden. „Herzstück" wurde von der Funke Women Group speziell für den deutschsprachigen Raum entwickelt und erschien erstmals im September 2013.

Das Magazin bietet eine ganz besondere Themenmischung, die sich im Markt deutlich abheben soll. „Herzstück" ist breit aufgestellt und bringt Themen wie Selbermachen, Mode und Schönheit.
Unter der Leitidee „Inspirationen für Leib & Seele" gibt es zu jedem Thema lebensnahe Tipps und Anregungen, dem jeweiligen Schwerpunktthema wird auf rund 20 Seiten Raum gegeben. „Herzstück" hat einen Umfang von 140 Seiten und eine Druckauflage von 140.000 Exemplaren.
www.herzstueck-magazin.de

„STERN" LAUNCHT FOTOGRAFIEMAGAZIN

Der „stern" startet ein neues Fotografiemagazin. Der monothematische Titel „stern FOTOGRAFIE" soll das bisherige Fotomagazin des „stern", „Portfolio", ersetzen. Neben Servicetipps rund ums Fotografieren und abwechslungsreichen Bilderstrecken bietet „FOTOGRAFIE" seinen Leserinnen und Lesern einen speziellen Workshopteil, bei dem es um einen technischen Trend geht.
In der Erstausgabe ist dies z.B. die Handy-Fotografie. Professionelle Fotografen oder erfahrene Amateure geben Anleitungen zu bestimmten Techniken und leisten Hilfestellung bei der Motivwahl. Equipmenttests und Rezensionen von Fotobüchern, Ausstellungen und Auktionen sollen das Angebot abrunden. Das neue Magazin ist zum Copypreis von 7,80 Euro im Zeitschriftenhandel erhältlich.

FUNKE MEDIENGRUPPE EXPANDIERT AUCH IM NORDEN

Die Lokalmagazine „Hamburger Klönschnack“ und „Pinnwand“ werden vom „HAMBURGER ABENDBLATT“ (Funke Mediengruppe) übernommen. In Redaktion und Anzeigenvermarktung kooperiert Funke mit „Der Hamburger“.
„Lokal, leidenschaftlich und lesernah – das zeichnet alle unsere Titel aus, und deshalb passen die Hamburger Lokalmagazine perfekt zu Funke“, sagt Manfred Braun, Geschäftsführer der Funke Mediengruppe.

„BIN IM GARTEN “

Das Image der Kleingärtner als Spießbürger hat sich in den vergangenen Jahren erheblich verbessert. Diesen positiven Trend verstärkt seit 16. Juni 2014 ein neuer Titel „BIN IM GARTEN – Gärtnern, Grillen, Chillen“ (Jahr Top Special Verlag). Zielgruppe sind junge Menschen, die in der Stadt wohnen und im Garten vor der Haustür beziehungsweise am Stadtrand gärtnern und die Freizeit bewusst erleben möchten. Das Magazin zeigt auf, wie der moderne Gärtner sich seine privaten Paradiese schafft – seien es nun die Terrasse oder der Balkon, der Dachgarten beziehungsweise die Mietparzelle, der Klein- oder Schrebergarten, der Gemeinschaftsgarten, die Laube oder die Generationsgärten. Innovative Grillrezepte und Tipps aller Art für den Hobbygärtner sowie grüne Reportagen runden das Angebot ab. „BIN IM GARTEN“ erscheint viermal jährlich mit einer Auflage von 60.000 Exemplaren und ist für 4,80 Euro im Handel erhältlich.

„LANDZEIT“

Mit „LANDZEIT“ steigt der Mittelbayerische Verlag in das Segment der Regionalmagazine rund um das naturverbundene Leben ein.
Unter dem Motto „Glücklich leben in der Heimat“ wollen die Regensburger ihr neues Magazin vierteljährlich auf den Markt bringen.
„In einer globalisierten Welt übersehen wir oft, was sich direkt vor unserer Haustür abspielt. Und manchmal muss man Dinge aus einiger Entfernung betrachten, um sie ganz zu erfassen. Mit der Heimat ist das nicht anders“, so die Macher der „LANDZEIT“. In der ersten Ausgabe gibt es einen Überblick darüber, wie man mit typischen Einrichtungs- und Dekorationsmöglichkeiten, Gemütlichkeit und wohlige Atmosphäre ins Haus bringen kann. Leckere Rezepte zum Nachmachen und spannende Geschichten von Menschen, die in ihrer Art einzigartig sind.
Ein Themen-Special fehlt ebenfalls nicht. Die Erstausgabe befasst sich mit dem bayerischen Nationalgetränk – dem Bier. Weitere Inhalte sind ein Veranstaltungskalender sowie ein Gewinnspiel. „LANDZEIT“ ist ab sofort kostenlos in den Geschäftsstellen der Mittelbayerischen Zeitung, über den Lesezirkel, diverse Gärtnereien, Einrichtungshäuser und Buchhandlungen erhältlich.

+++ NEWS/EVENTS/VERLAGE +++

ZUKUNFT DER „ABENDZEITUNG“

Der Gläubigerausschuss der insolventen „Abendzeitung“ ließ sich vom Rettungsplan des Verlegers Martin Balle überzeugen und gab die Zustimmung zur Übernahme. Erfreulich ist, dass die neuen Eigentümer nicht wie ursprünglich geplant nur 25, sondern bis Ende des Jahres sogar 35 Mitarbeiter übernehmen wollen.
Bisher hatte die „AZ“ 102 Mitarbeiter beschäftigt. Nach dem neuen Konzept sollen die überregionalen Teile von den „AZ“-Redakteuren in München selbst verantwortet und produziert werden. Das Straubinger Tagblatt stellt keinen fertigen Mantel, sondern liefert weiteren Content in Form eines Textpools.

„NRZ“ KOOPERIERT MIT „RHEINISCHER POST“

Die „Neue Ruhr / Neue Rhein Zeitung“ (NRZ) der Funke Mediengruppe wird in Zukunft beim Lokalteil mit der „Rheinischen Post“ aus Düsseldorf kooperieren.
Die Zusammenarbeit soll auf der Grundlage eines Agenturprinzips, bei dem sich beide Verlage gegenseitig Material zuliefern, erfolgen. Das gelieferte Material wird dann eigenverantwortlich aufbereitet.
So genannte „Profilredaktionen“ sollen dafür sorgen, dass „eigenständige Profile und Markenkerne“ beider Blätter erhalten bleiben.

+++AGENTUREN+++

PINK LADY FOOD PHOTOGRAPHER 2014

Der internationale Fotografie-Wettbewerb Pink Lady® Food Photographer of the Year Award 2014 ist entschieden. Der Preis in der von StockFood gesponserten Kategorie „Food off the Press“ für die beste, kürzlich veröffentlichte Food-Fotografie ging an die in Deutschland lebende französische Fotografin Caroline Martin für ihr Stillleben-Bild „Roasted Pigeons“. Insgesamt wurden Siegerfotos in 16 verschiedenen Wettbewerbskategorien gekürt. Mit dem Hauptpreis wurde die britische Fotografin Tessa Bunney ausgezeichnet. Sie darf sich über den Sieger-Titel Pink Lady® Food Photographer of the Year 2014 freuen, der mit einem Preisgeld in Höhe von 5.000 britischen Pfund (rund 6.000 Euro) dotiert ist. Ihr in Laos aufgenommenes Bild „Noodle Making“ überzeugte die internationale Jury aus 31 hochkarätigen Experten. Die Gewinner und ihre Arbeiten präsentieren Veranstalter Pink Lady und Sponsor StockFood:
www.pinkladyfoodphotographeroftheyear.com/2014/finalists-gallery.php
www.stockfood.de/pink-lady

INDIAPICTURE – NEUER IMAGO-KOOPERATIONSPARTNER

Die indische Fotoagentur Indiapicture ist neuer Partner von imago. Indiapicture liefert Bildmaterial aus den Bereichen People, Lifestyle, Gesundheit & Schönheit, indische Kultur und

Reisen. Die Agentur besteht seit 2004 und produziert jeden Monat mehr als 1.000 Bilder. Zum jetzigen Zeitpunkt haben Kunden von imago bereits Zugriff auf ca. 60.000 Bilder von Indiapicture.

FOTOTV.DE MIT NEUEM DESIGN

Das weltweit größte WebTV über Fotografie launcht anlässlich seines siebten Geburtstages eine komplett überarbeitete Website. Das neue Designkonzept von FotoTV.de beschleunigt und vereinfacht die Suche nach relevanten Inhalten zum Thema „Fotografie" auf der über 1.800 Filme umfassenden Website. Das Webdesign von FotoTV.de passt sich dank des neuen Responsive Webdesigns den unterschiedlichen Bildschirmgrößen von Tablets und Smartphones automatisch an. „Wir konkurrieren um die knappe Zeit des Nutzers. Wer ein Smartphone oder Tablet nutzt, hat in dem Moment Zeit, wenn er oder sie im Zug oder auf dem Sofa sitzt. In diesem Moment wollen wir in kürzester Zeit die besten Informationen über Fotografie im Internet liefern", so Dr. Marc Ludwig, Geschäftsführer von FotoTV.de. http://www.FotoTV.de

IMAGO SPORTFOTODIENST MIT FOTO2PRESS

Der Sportfotodienstleister foto2press aus Heidelberg ist neuer Partner der Berliner Agentur imago. Schwerpunkt der Zusammenarbeit ist der Frauenfußball. Die Fotografen von foto2press begleiten die aufstrebende Sportart landesweit bereits seit mehreren Jahren und sind dadurch auch redaktionell mit diesem Umfeld vertraut.

ARTPRESS MIT NEUER ADRESSE

ARTPRESS, eine hochspezialisierte Agentur für die strategische Kommunikation und individuelle Vernetzung von Projekten der Bildenden Kunst, Fotografie, Architektur und Musik hat eine neue Adresse. Ab sofort finden Sie ARTPRESS in der Danziger Straße 2 in Berlin.
ARTPRESS – Ute Weingarten, Danziger Str. 2, 10435 Berlin, Telefon: +49 (0) 30 48 49 63 50
E-Mail: artpress@uteweingarten.de

NEUER OUTDOOR-FOTOGRAF BEI LOOK

Der Fotograf und Geologe Ralf Gantzhorn, bekannt für seine Outdoor- und Landschaftsfotos, ist neuer exklusiver Fotograf bei der Münchner Bildagentur LOOK. Das Zitat von Ralf Gantzhorn „Gute Bilder sind – neben einer guten Kletterroute – der einzig vernünftige Grund früh aufzustehen," beschreibt gut seine Leidenschaft zum Fotografieren und Klettern. Bei LOOK sind nun die ersten seiner beeindruckenden Reportagen online.
www.look-foto.de/de/bilder-fotos/fotograf/384/Ralf-Gantzhorn/*.html

IMAGO KOOPERIERT MIT HOLLANDSE HOOGTE

Die niederländische Fotoagentur Hollandse Hoogte ist neuer Partner von imago und liefert vor allem Bildmaterial aus den Bereichen niederländisches Königshaus, Politik und

Wirtschaft. Die Agentur wurde 1985 gegründet und hat innerhalb der vergangenen 28 Jahre eine Online-Datenbank von über 20 Millionen Fotos aufgebaut. Dank 300 Fotografen und 150 internationalen Partnern wächst ihr Bildbestand stetig an. imago hat bereits begonnen, Bildmaterial von Hollandse Hoogte in die Datenbanken zu übernehmen.

NEUZUGANG BEI VARIO IMAGES

Mint Images, eine Stockagentur aus Großbritannien, ist einer der Neuzugänge bei vario images. Bei dem Neuzugang handelt es sich um eine junge Agentur, die von den alten Hasen Duncan Grossard und Patrick Donehue gegründet wurde. Die Briten bieten in ihrer RM-Kollektion und RF-Kollektion erfrischende Stockfotografie von Fotografen aus aller Welt, darunter auch dem bekannten niederländischen Natur- und Wildlife-Fotografen Frans Lanting.

COLOURBOX JETZT AUCH IN BERLIN

Die Bild-Datenbank Colourbox hat in der Berliner Backfabrik ein Büro eröffnet. Das Unternehmen stärkt damit seine Präsenz in der Hauptstadt und ist auf der Suche nach Fotos, Videos und Illustrationen aus Deutschland mit regionalem Bezug.

FOTOSTIFTUNG SCHWEIZ AUF NEUER INTERNET-PLATTFORM

Die „Sammlung online“ der Fotostiftung Schweiz ist seit 6. Juni 2014 neu auf E-Pics, der von der ETH-Bibliothek betriebenen Bilddatenbank der ETH Zürich, öffentlich zugänglich. Unter den digitalisierten Fotografien befinden sich neben einer Vielzahl von Einzelbildern vor allem größere Bestände von bedeutenden Schweizer Fotografinnen und Fotografen, deren Archive von der Fotostiftung betreut werden. In einem ersten Schritt werden über 10.000 Bilder online präsentiert. Die übers Internet einsehbaren Bestände werden sukzessive erweitert.

www.fotomuseumwinterthur.sendaway.ch/c/14554749/66578ad127b2-n6yfrb

KEYSTONE INFOGRAFIK

Infografiken nehmen in der Medien- und Kommunikationswelt einen immer höheren Stellenwert ein. Von der Zeitung bis zur Firmenpräsentation sind sie als professionelles Illustrationselement unverzichtbar.

Neben Infografiken zu News und Hintergrund können bei KEYSTONE maßgeschneiderte Infografiken auf individuellen Wunsch zu Themen aus dem In- und Ausland in Auftrag gegeben werden.

www.keystone.ch

BRIDGEMAN IMAGES ERWEITERT

Die Berliner Bildagentur „Bridgeman Images“ stellt ein besonderes Highlight der Neuzugänge im Archiv vor. Es handelt sich dabei um die Bilder des Fotografen Neil Libbert. Straßenszenen aus London und New York, Fotos von Helen Mirren und Günter Grass, Aufnahmen der Fußballweltmeisterschaft aus dem Jahr

1966 und vieles mehr. Neil Libbert ist auch heute noch als Fotograf tätig – und dabei entstehen seine Aufnahmen immer noch analog.

IMAGO AUCH MIT SUEDTIROLFOTO.COM

Ab sofort kooperiert imago mit „Suedtirolfoto.com“. Die Agentur aus Bozen wurde im Jahre 2002 von den beiden Fotografen Helmuth Rier und Othmar Seehauser als erste Bildagentur Südtirols gegründet. Das Online-Archiv ist mittlerweile auf über 30.000 Fotos angewachsen. Den Interessenten steht außerdem noch ein analoges Archiv mit über 2,5 Millionen Bildern zur Verfügung. Das Portfolio bei Suedtirolfoto.com enthält alles zum Thema Südtirol – von atemberaubenden Landschaften, Tieren und Pflanzen über althergebrachte Traditionen und ländliche Bräuche bis hin zu sportlichen Freizeitaktivitäten, Politik, Reise und aktuellem Zeitgeschehen. imago hat bereits begonnen, Bildmaterial von Suedtirolfoto.com zu übernehmen.

SHUTTERSTOCK AUCH IM MUSIKMARKT

Shutterstock, Inc. Einer der weltweit führenden Anbieter für kommerzielles digitales Bildmaterial bietet ab sofort ein völlig neues Musikangebot zur kommerziellen Nutzung an. Shutterstock Music startet mit Tausenden von hochwertigen Musiktiteln und zwei transparenten Lizenzoptionen zu fairen Preisen, die es Unternehmen, Agenturen und Filmproduzenten besonders einfach machen, passende und wirkungsvolle Tracks für ihre Videos zu finden. „Videostreaming wird immer einfacher und attraktiver. Damit steigt der Bedarf an guten Videoinhalten, aber auch die Nachfrage nach hochwertiger Musik“, sagt Shutterstock Gründer und CEO Jon Oringer.

DPA STEIGERT UMSATZ UND GEWINN

Die Deutsche Presse-Agentur (dpa) konnte im Geschäftsjahr 2013 Umsatz und Gewinn um 6,3 Prozent auf 87,2 Millionen Euro steigern. Der Zuwachs resultiert vor allem aus der Vermarktung der AP-Nachrichten im deutschsprachigen Raum. Zur Geschäftsentwicklung der dpa berichtete Geschäftsleiter Michael Segbers, die vorgelegten Zahlen seien „eine Ermutigung, den begonnenen Umbau der dpa konsequent weiterzuführen.“

FOTOLIA INSTANT – MIT SMARTPHONE-FOTOS GELD VERDIENEN

Die Microstock-Agentur Fotolia hat bekannt gegeben, dass mit Hilfe der App Fotolia Instant inzwischen mehr als 50.000 Bilder verkauft worden sind. Damit dürfte Fotolia Instant mit Abstand eine der erfolgreichsten Plattformen für den Verkauf von Smartphone-Fotos sein. Bislang war die App nur für iOS-Geräte verfügbar, jetzt ist sie auch als Android-Version erhältlich und steht zum kostenlosen Download bei Google Play zur Verfügung. Fotolia Instant ist als bisher



+++ NEWS/VERLAGE+++

einzige App dieser Art erfolgreich darin, Hobby- wie Profifotografen das Verkaufen ihrer per Smartphone aufgenommenen Bilder zu ermöglichen. Die App wurde speziell dafür entwickelt, Fotos zu verkaufen, und bietet dank der unmittelbaren Anbindung sowohl die professionellen Verkaufsstrukturen der Bildagentur als auch Zugang zu Millionen von Bilderkäufern, die stets auf der Suche nach neuem Bildcontent sind. Jeder iPhone-Besitzer – und nun auch jeder Android-Nutzer – kann sich Fotolia Instant gratis herunterladen, sich einen kostenlosen Account einrichten und über die App schnell und einfach seine Smartphone-Fotos hochladen und sie zum Verkauf anbieten. Der Fotograf wird an jedem verkauften Bild mit einer Provision beteiligt. Seit der Veröffentlichung vor neun Monaten hat sich Fotolia Instant als ausgezeichnete Plattform für das Geldverdienen mit Smartphone-Fotos etabliert. Seit dem Start der App im Oktober 2013 sind mehr als 135.000 Fotos über Instant hochgeladen worden; über 35.000 davon wurden in die dafür eingerichtete Instant Collection aufgenommen.

+++RECHT+++

BILDAGENTUR WALDHAEUSL EINGESTELLT

Von der österreichischen Bildagentur Waldhaeusl erhielten wir die Information, dass ab ersten Mai der Vertrieb von Bildern, und somit auch die Annahme von Bildern, eingestellt wurde. Gründe für die Einstellung wurden nicht angegeben. Die Agentur verfügte über einen Bestand von ca. 1,5 Millionen Bildern. Über deren Verbleib liegen keine weiteren Informationen vor.
Die Agentur bittet alle Kunden, das Bildmaterial nicht mehr zu verwenden und um die Löschung von Datenträgern.

„BLOSSSTELLENDE BILDAUFNAHME“

Vor einem Eingriff in die Presse- und Kunstfreiheit warnt die Deutsche Journalistinnen- und Journalisten-Union (dju) in ver.di angesichts der geplanten Änderung des Pornografie-Gesetzes. Nach dem zurzeit vorliegenden Textentwurf aus dem Justizministerium soll mit einer Geldstrafe oder Gefängnis bis zu drei Jahren bestraft werden, wer unbefugt eine „bloßstellende Bildaufnahme“ von einer anderen Person herstellt oder überträgt.
„Wir sehen zweifelsohne die Notwendigkeit, Kinder und Jugendliche künftig besser vor Missbrauch zu schützen“, betonte dju-Geschäftsführerin Cornelia Haß, aber: “Der unpräzise Begriff der „bloßstellenden Bildaufnahme“ birgt die Gefahr einer weiteren und vermutlich ungewollten Einschränkung der Bildberichterstattung. Dieser Gefahr muss entgegengewirkt werden. „Ein solcher Eingriff in die Pressefreiheit ist nicht hilfreich im Kampf gegen Kinderpornografie.“ Erinnert wird in diesem Zusammenhang an die zahllosen Versuche Prominenter, mithilfe der Gerichte die Bildberichterstattung einzuschränken. Die dju fordert eine praktikable Formulierung, die der schwierigen Abwägung zwischen dem Schutz der Privatsphäre und dem öffentlichen Interesse besser gerecht werde.

+++VERBÄNDE+++

DJV WARNT

Der Klambt-Verlag verschickt derzeit Konditionen, durch die freie Mitarbeiter alle Rechte an ihren Beiträgen an den Verlag abtreten sollen. Darüber hinaus wird dem Verlag darin das Recht eingeräumt, die Beiträge durch beliebige Dritte, z.B. andere Medien im In- und Ausland nutzen zu lassen. „Eine angemessene Honorierung für alle wesentlichen Fälle der Rechtenutzung ist nicht vorgesehen, obwohl das gesetzlich und nach zahlreichen Gerichtsentscheidungen erforderlich ist“, meinte DJV-Bundesvorsitzender Michael Konken. „Es drängt sich der Verdacht auf, Klambt wolle die frisch erworbenen Programmzeitschriften jetzt kostenlos mit den Beiträgen seiner bisherigen Autoren füllen.“

Der DJV-Vorsitzende machte darauf aufmerksam, dass die Erlaubnis der Autoren zur Übertragung von Rechten an Beiträgen risikoreich sei: „Viele Interviewpartner wollen nicht in jedem denkbaren Medium im In- und Ausland erscheinen.“ Daher müsse die Zustimmung von den Autoren in jedem Einzelfall eingeholt werden. Auch eine angemessene Honorierung für solche Mehrfachverwertungen sei unverzichtbar.

Der DJV rät betroffenen Freien dazu, sich beim DJV-Referat Freie Journalisten (Mail:hob@djv.de) zu melden, damit koordinierte Gegenmaßnahmen geprüft werden können.

SAB-JAHRESVERSAMMLUNG 2014

In Zürich fand im Mai die Generalversammlung der SAB statt. Bei den Wahlen gab es keine Überraschungen, denn der gesamte Vorstand mit Stefan Wittwer, Präsident, Karsten Risseeuw, Vizepräsident, Peter Clerici, Kassier, Ursula Baumann, Aktuarin/Sekretärin und Hans-Jörg Hegner, Mitglied wurde wiedergewählt, ebenso wie die Rechnungsrevisoren Hans-Peter Siffert und Stephan Werder und ihre Stellvertreterin Nicole Graf.



SAB-Jahresversammlung: Ursula Baumann, Stefan Wittwer, Hans-Jörg Hegner, Peter Clerici, (Karsten Risseeuw fehlte), Vgr. Niklaus Stauss. Bild: Emanuel Ammon/Aura

+++ NEWS/SONSTIGES+++

ZEITUNGSREDAKTEURE BEKOMMEN VIER PROZENT MEHR LOHN

Seit Mai bekommen die etwa 14.000 Zeitungsredakteure in Deutschland mehr Geld. Der Bundesverband der Deutschen Zeitungsverleger (BDZV), der DJV und ver.di einigten sich auf eine zweistufige Anhebung der Gehälter um zunächst 2,5 Prozent und um weitere 1,5 Prozent zum April 2015. Die Vereinbarung gilt bis Ende 2015. Für die Redakteure bedeutet dies ein Lohnplus von vier Prozent bezogen auf 29 Monate. Dabei sind neun Nullmonate seit Ende des Gehaltstarifvertrages im Juli 2013 mitgezählt. Kürzungen gibt es beim Ferien- und Weihnachtsgeld.

REVIVAL-AUSGABE DER „ALLEGRA" AB SOFORT AM KIOSK

„Eine gute und besonders coole Freundin kommt nach langer Abwesenheit zurück", so beschreiben die Redaktionsleiter Uli Morant und Joachim Henschel die Revival-Ausgabe der „Allegra". Die Frauenzeitschrift aus den 90er Jahren ist ab sofort wieder erhältlich, allerdings nur für eine Ausgabe. Sie kostet 4,90 Euro am Kiosk und 4,49 Euro als erweiterte iPad- und Tablet-App. Die Zeitschrift umfasst 204 Seiten und bietet in fünf Ressorts vor allem lange Reportagen, Autoren-Stücke und Fotostrecken. Der One-Shot erschien im Axel Springer Mediahouse Berlin und wurde dort von einer eigenen Revival-Redaktion erstellt. Die Druckauflage liegt bei 120.000 Exemplaren. „Allegra" erschien bereits von 1995 bis 2004 unter dem Dach von Axel Springer.

NEWS AKTUELL ERWIRBT ZIMPEL

Zwei führen Anbieter von PR-Dienstleistungen, nämlich „news aktuell" und die „Zimpel Media-Daten GmbH", gehen nun gemeinsame Wege. „news aktuell" hat 100 Prozent der Anteile an der „Zimpel Media-Daten GmbH" erworben. Die Marke „Zimpel" bleibt erhalten und die „Zimpel Media-Daten GmbH" wird fortgeführt. Das Unternehmen befand sich bislang im Besitz der Fachverlagsgruppe „Springer Science+Business Media".

E-PAPER-VERKÄUFE LEGEN ZU

Das ergibt eine Auswertung der aktuellen IVW-Erhebung durch die ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft. Demnach werden derzeit in Deutschland 564.000 digitale Zeitungen verkauft werden. Damit haben sich die E-Paper-Verkäufe im Vergleich zum Vorjahresquartal um rund 60% gesteigert.
Immer mehr Leser beziehen ihre E-Paper im Abonnement, so die Auswertung. Rund die Hälfte (45,6%) der verkauften E-Paper-Ausgaben im ersten Quartal waren abonniert. Die Zahl verdoppelte sich annähernd auf 257.000 ePaper-Abos.
„Selbst auf Inseln und Einsiedlerhöfen müssen Leser heute keine Zeitungsausgabe mehr verpassen. Für das E-Paper ist kein Weg zu weit", so Markus Ruppe, Geschäftsführer der ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft. „Deswegen wachsen auch die Leserzahlen in Riesenschritten."

AUS FÜR JOURNALISTENAKADEMIE „INTAJOUR“

Bertelsmann schließt nach nur drei Jahren die Journalistenakademie „Intajour“. Die „Internationale Academy of Journalism“ wurde 2010 von Liz Mohn gegründet und sollte weltweit die Pressefreiheit stärken. Die Absolventen kamen vorwiegend aus Ländern, in denen die freie Ausübung ihres Berufes nicht immer gewährleistet ist. Im Sommer wird der letzte Jahrgang verabschiedet. Insgesamt wurden 36 Teilnehmer aus 27 Ländern ausgebildet. Nähere Gründe für die Einstellung sind nicht bekannt. Wie in der „Neuen Westfälischen“ zu lesen war, betont das Unternehmen aber, dass das Projekt über die drei Jahre einen siebenstelligen Betrag gekostet hat.

„FOTOGRAFIE UND BILDUNG“

Die Fotografie spielt in unserem Alltag eine sehr bedeutende Rolle: Besonders Kinder und Jugendliche nutzen Smartphones und Co., um Momente festzuhalten und Erlebnisse zu dokumentieren, und deren Interesse an der Fotografie geht noch weit darüber hinaus. Was bedeutet das für die pädagogische Praxis, für die Bildungsarbeit und die wissenschaftliche Reflexion? Antworten auf diese und andere Fragen werden vom 17. - 19. September 2014 in der Akademie Remscheid diskutiert. Veranstalter sind die Akademie Remscheid, die Deutsche Gesellschaft für Photographie und der Fachverband für Kunstpädagogik NRW sowie die Technische Universität Dortmund.
www.akademieremscheid.de

FINANZINVESTOR PARAGON ÜBERNIMMT WELTBILD

Der Münchner Finanzinvestor Paragon Partners bestätigte seinen Einstieg beim Konzern und versprach, auf die befürchtete Zerschlagung zu verzichten. Bei der Belegschaft sind offenbar keine größeren Einschnitte mehr geplant. Gemeinsam mit dem Insolvenzverwalter wolle man die Sanierung des Konzerns mit noch mehr als 1000 Beschäftigten von ehemals 6000 voranbringen, erklärte Paragon.

JEDER VIERTE BESTELLT PER SMARTPHONE

Online-Shopping bricht immer neue Rekorde. 94 Prozent der Internetnutzer über 14 Jahren kaufen inzwischen auch im Web ein. Dies entspricht 51 Millionen Bundesbürgern, wie eine repräsentative Umfrage im Auftrag des Hightech-Verbandes BITKOM zeigt. „Online-Shopping gewinnt weiter an Fahrt“, sagt BITKOM-Vizepräsident Achim Berg. „Mit Smartphones und Tablet Computern wird mittlerweile ortsunabhängig im Web eingekauft. Die wachsende Verfügbarkeit von schnellem Internet beschleunigt diesen Trend.“ Besonders der Anteil älterer Online-Shopper ist gestiegen.
88 Prozent der Internetnutzer ab 65 Jahren kaufen mittlerweile online ein, vor zwei Jahren waren es noch 79 Prozent. Die Daten wurden im Auftrag von BITKOM ermittelt. 1242 Internetnutzer ab 14 Jahren wurden befragt.

+++ NEWS/SONSTIGES+++

FOTO-APP POLAGRAM

Mit Polagram wurde eine einfache und unkompliziert zu nutzende Foto-App auf den Markt gebracht, mit der man Fotos mit nur einem Klick ausdrucken und an jeden beliebigen Ort in Europa schicken kann.
Bei der Bewertung im Apple Store hat Polagram viereinhalb Sterne erhalten. Die hochwertigen Bilder werden in verschiedenen Formaten angeboten. Der Ablauf ist sehr einfach: Fotos auswählen, Format aussuchen: cooles Poster, Vintage-Polaroid, iPhone-Gehäuse und vieles mehr. Die Bilder werden in einem schönen pinkfarbenen Geschenkumschlag an jede frei zu wählende Anschrift geliefert.
https://itunes.apple.com/app/polagram-impression-imprimer/id586420569?mt=8
und bei Google Play: https://play.google.com/store/apps/details?id=com.invaderscorp.polagram

NEUE NACHRICHTEN-APP

Anlässlich des 10. Geburtstags der „Welt Kompakt“ startet Axel Springer mit der neuen Nachrichten-App „Kompakt“ eine journalistische Erzählform für die digitale Generation. In der Mitteilung heißt es, dass die App zukünftig speziell für die Smartphone-Nutzung ganz neue Darstellungsformen für ausgewählte journalistische Geschichten ermöglichen soll. Im Mittelpunkt stehen dabei nicht die bekannten klassischen Darstellungsformen aus Print- oder Online-Publikationen. „Kompakt“ basiere auf sogenannten „Story-Cards“. Das können neben Text, Fotos und Grafiken auch Videos und Social Media-Inhalte sein. Die App wurde von Axel Springer Ideas, dem hauseigenen Ideen- und Entwicklungslabor, entwickelt.

NEUE BILDER VOM „ROTEN BARON“

Der Fotograf Barry Pickthall entdeckte in einem Schuhkarton auf einem Flohmarkt eine einzigartige Sammlung von „verlorenen“ Negativen aus dem ersten Weltkrieg, die das kurze Leben des deutschen Jagdfliegers Freiherr von Richthofen zeigen. Die Negative wurden aufbereitet und konnten dadurch für die Nachwelt gerettet werden. Die Original-Negative bieten eine einzigartige Aufzeichnung von Richthofens Fliegerkarriere, zusammen mit Porträts vieler seiner deutschen Kameraden sowie seiner amerikanischen, britischen und französischen Gegner. Manfred Albrecht Freiherr von Richthofen war erst 25 Jahre, als er im Luftkampf getötet wurde. In seiner zweijährigen Karriere als Kampfpilot wurde er mit 80 Luftkampfsiegen das deutsche Top-Flieger-Ass des Ersten Weltkriegs und der mit Abstand erfolgreichste deutsche Jagdflieger. Die Fotos können über die Website angesehen und nach der Registrierung und Freischaltung herunterladen werden. www.culture-images.de

FOTOINSIGHT ÜBERNIMMT PRINTING-1.DE

Im Jahre 2007 begann IITM LLP einen Dienst für die Erstellung und den Druck von personalisierten Fotobüchern, Leinwanddruck und Fotowandkalendern unter dem Namen „Printing-1“ zu betreiben. Diese Webpräsenz expandierte in eine Reihe europäischer Länder und wuchs auf sieben Sprachen an. Nun wurde dieses Geschäft von Fotoinsight Ltd für

eine nicht genannte Summe übernommen und die www.printing-1.de Webseiten werden auf www.fotoinsight.de umgeleitet. Zur Feier des erfolgreichen Erwerbs der Printing-1 gibt Fotoinsight Willkommens-Gutscheine heraus. Foto-Enthusiasten, die jetzt die Fotoinsight Designer Software herunterladen und ihr erstes Fotobuch bei Fotoinsight vor dem 30. September 2014 bestellen, erhalten mit dem Willkommens-Gutschein Code PRINT1DA 10 € Rabatt bei einem Mindestbestellwert von 29 €. www.fotoinsight.de

JOURNALISTENSCHULE SCHLIESST

Bertelsmann schließt seine Journalistenschule „International Academy of Journalism", obwohl diese erst 2010 gegründet worden ist. Damals hatte der Konzern im Beisein von Angela Merkel, Klaus Wowereit und Manuel Barroso angekündigt, „etwas Bleibendes" schaffen zu wollen und „die Pressefreiheit zu stärken". Auch auf Nachfrage verweist das Unternehmen lediglich darauf, bereits 2013 beschlossen zu haben, das Projekt nach „drei erfolgreichen Jahrgängen" einzustellen.

STUDIENGANG BILDWISSENSCHAFTEN

Die Donau-Universität Krems bietet einen neuen Masterstudiengang „Bildwissenschaft / Foto" an. Dieser wird berufsbegleitend angeboten, dauert fünf Semester und beinhaltet einen Abschluss als „Master of Arts". In dem Studium wird die Fotografie als zentrales Medium bildwissenschaftlicher Forschung behandelt. www.donau-uni.ac.at/dbw

DEM FÄLSCHER AUF DER SPUR

Manipulierte Bilder als solche zu erkennen ist häufig sehr schwierig. Selbst bei renommierten Fotowettbewerben, wie jüngst beim World Press Photo-Preis oder den Wildlife Photo Awards, scheuen sich die Fotografen nicht, mit Fotoshop nachzuhelfen, um ihre Bilder aufzupeppen. Hier setzt eine neue App an, die von dem Online-Dienstleister Izitru entwickelt wurde. Die neue kostenfreie App zweier ehemaliger Adobe-Mitarbeiter überprüft Fotos auf Manipulationen. Sogenannte Artefakte werden schnell und sicher erkannt. Bei unbedenklichen Aufnahmen wird sogar eine Echtheits-Urkunde ausgestellt.

+++ NEWS/SONSTIGES+++

ONLINE-AKTIVITÄTEN BEI DEN KLEINEN

Vor allem sehr kleine Unternehmen haben im vergangenen Jahr die Chancen des Web entdeckt und sich für einen eigenen Online-Auftritt entschieden. 55% der Unternehmen mit weniger als zehn Beschäftigten verfügen hierzulande inzwischen über eine Website, 2012 waren es mit lediglich 45% noch deutlich weniger. Das teilte der Hightech Verband BITKOM mit. „Der Online- Kontakt mit Kunden und Partnern wird für alle Branchen immer wichtiger." Bei den Unternehmen mit zehn und mehr Beschäftigten besitzen 84% einen Webauftritt. Jedes sechste Unternehmen (16%) hat keine eigene Homepage.

DENKEN, DANN HANDELN

„In Deutschland muss Kreativität neu gelernt werden, daher ist es für die Zukunft von essentieller Bedeutung, dass allen Mitarbeitern die Möglichkeit gegeben wird, ihren Ideenreichtum in den Unternehmen auszuleben", so Otmar Ehrl, Gründer und Vorsitzender des Querdenker-Clubs, der sich seit fünf Jahren für die Weiterentwicklung des lateralen Denkens und Handelns im deutschsprachigen Raum einsetzt. Ist Innovation eine Chefsache? Nur wenn Innovation aus Lifestyle in allen Ebenen gelebt wird – vom Praktikanten bis zum Konzernchef – kann der Sprung zum innovativen Unternehmen gelingen, so der amerikanische Strategieexperte Rowan Gibson. Am 25./26. November findet das nächste Treffen der Querdenker statt. Infos zum Programm unter: www. querdenker. de/kongress

BERTELSMANN SCHLIESST BUCHCLUB

Bis Ende nächsten Jahres will Bertelsmann die Buchclubs in deutschsprachigen Ländern einstellen. Damit endet eine Ära, die 1950 begann. Betroffen von der Schließung sind rund 520 Beschäftigte, 52 Filialen und rund 1 Million Mitglieder. Die Einstellung wird mit der seit Jahren rückläufigen Geschäftsentwicklung begründet. Versuche, das Clubmodell weiterzuentwickeln, sollen keine wirtschaftlich tragfähige und vertretbare Perspektive geboten haben. Der Buchclub war zu Glanzzeiten der Wachstumsmotor des Konzerns und hatte in den 90er-Jahren rund sieben Millionen Mitglieder sowie 320 Filialen. In der Ukraine, in Russland und Spanien soll es das Buchclub-Konzept weiterhin geben.

ÜBERHOLEN E-BOOKS BÜCHER?

Das Hauptargument für E-Books ist, dass es Platz im Bücherregal spart. Ein weiterer Vorteil ist die sofortige Verfügbarkeit des E-Books und elektronisch können Bücher jederzeit abgerufen werden. Vom Gewicht her muss man wesentlich weniger transportieren, und man kann mehrere Titel problemlos mit in den Urlaub nehmen. „Ich kann mir nicht vorstellen, dass eines Tages mehr E-Books als gedruckte Bücher verkauft werden", meint ein Geschäftsführer eines namhaften Buchverlages.
In Deutschland gaben 19,4 % an, dass sie noch nie ein E-Book gelesen haben und dies auch nicht vorhaben. In den Niederlanden und Belgien ist die Anzahl der E-Book-Verweigerer bei fast 40 % wesentlich höher. Verleger sind sich dahingehend einig, dass es das Wichtigste ist, dass die

Leute Bücher überhaupt lesen und sich nicht nur vom Fernseher und von Smartphones berieseln lassen.

„IMAGING-PHÄNOMEN" SMARTPHONE

Bis zu 30 Millionen Smartphones werden Schätzungen zufolge 2014 allein in Deutschland verkauft, weltweit werden es mehr als eine Milliarde Geräte sein. Die photokina – Weltleitmesse der Foto- und Imagingbranche – hat seit Jahren diesen Trend zu den neuen „Immer-Dabei-Kameras" begleitet und auf der Messe ausführlich thematisiert.
Dieses Engagement bauen die photokina-Veranstalter – Koelnmesse und Photoindustrie-Verband – in diesem Jahr noch weiter aus. In Kooperation mit dem auf Research und Meinungserhebungen im Bereich der mobilen Fotografie spezialisierten Unternehmen Suite 48 Analytics bietet die photokina 2014 interessierten Besuchern eine Reihe von Vorträgen, Workshops und Seminaren an, die sich aus verschiedensten Perspektiven dem „Phänomen Smartphone" annähern. Das Angebot umfasst die Vorstellung der wichtigsten Top-Entwicklungen auf dem Smartphone-Markt, bietet einen Überblick über die interessantesten Foto-Apps und gibt angehenden App-Entwicklern wertvolle Tipps.

INTERNET VOR FERNSEHEN

Das Internet ist für Jugendliche im Alter von 16 bis 18 Jahren das wichtigste Medium, um sich über aktuelle Nachrichten auf dem Laufenden zu halten: 85 Prozent informieren sich im Web über das Tagesgeschehen. Das hat eine repräsentative Umfrage unter 688 Kindern und Jugendlichen im Alter von 10 bis 18 Jahren im Auftrag des Hightech-Verbandes BITKOM ergeben. Danach ist bei den 16- bis 18-Jährigen das Internet inzwischen als Informationsquelle wichtiger als das Fernsehen, das 81 % nutzen. 60 % hören tagesaktuelle Nachrichten im Radio und 55 % lesen gedruckte Zeitungen bzw. Zeitschriften.

CNN WILL DROHNEN

Der US-News-Sender CNN will mit dem Georgia Institute of Technology erforschen, wie Drohnen für das Bereitstellen von Nachrichten durch Medienorganisationen eingesetzt werden können. Die Forscher sollen die Technologie, personenbezogene Bedürfnisse sowie sicherheitsrelevante Faktoren in ihre Begutachtung einbeziehen. Die US-Luftfahrtbehörde FAA soll dann darüber entscheiden, ob Medien Drohnen künftig für ihre Recherchen verwenden dürfen.

TOTALE HANDY-ÜBERWACHUNG

Die Android- und iOS-Trojaner der Spionage-Software „Remote Control System" (RCS), die der italienische Hersteller Hacking Team für den staatlichen Einsatz entwickelt hat, sind erschreckend leistungsfähig. Das hat eine gemeinsame Analyse der Universität Toronto und Kaspersky Lab ergeben. Unter anderem wird diese Methode gegen Menschenrechtler und Journalisten eingesetzt und kann nicht nur Gespräche und SMS abfangen, sondern beispielsweise auch Skype und WhatsApp überwachen sowie die Smartphone-Kameras nutzen.

DER BILDERMARKT IN ÖSTERREICH

von Ulrich Philipp



Mit den rasanten Fortschritten in der Entwicklung digitaler Spiegelreflexkameras hat sich die Marktsituation für Berufsfotografen etwa seit der Jahrtausendwende entscheidend verändert. Sie kämpfen weltweit vor allem mit immer weiter fallenden Honoraren, weil Bilder heutzutage nicht mehr durch vergleichsweise langwierige Prozesse in Dunkelkammern entwickelt werden müssen, sondern durch die Digitaltechnik unmittelbar nach dem Shooting in Augenschein genommen werden können. Fotos sind heutzutage Massenware, auch wenn die Bilder guter Fotografen nach wie vor an eindeutigen Qualitätskriterien wie Motivauswahl oder Bildaussage erkannt werden können.

Die VISUELL-Redaktion hat in der Ausgabe vom Mai 2014 damit begonnen, die Marktsituation in verschiedenen Ländern zu beleuchten und dazu die Lage in der Schweiz beschrieben. In der vorliegenden Ausgabe wird die Situation in Österreich betrachtet. Insgesamt gibt es vergleichsweise wenige österreichische Agenturen, dagegen sind einige weltweite Marktführer wie Getty oder Corbis in der Alpenrepublik auch über Partneragenturen sehr gut aufgestellt. Die deutsche Agentur Mauritius beispielsweise hat ihr Büro in Österreich bereits vor Jahren geschlossen und versorgt – dem Internet sei Dank – ihre österreichischen Kunden von dem bayerischen Mittenwald aus.

Interviews mit dem Vorsitzenden des Verbandes „Syndikat – Foto –Film“, Gerhard Sokol, dem Geschäftsführer des APA-PictureDesks, Klemens Ganner, dem Chef der Bildagentur „Asablanca“, Gerhart Hinterleitner, sowie den GEPA-Gründern Ingrid Gerencser und Franz Pammer sind die Grundlage der nachfolgenden Darstellungen und Einschätzungen.

DIE APA-PRESSEAGENTUR

Die Austria Presse Agentur (APA) ist die größte nationale Presseagentur Österreichs. Sie ist der führende Informationsdienstleister des Landes und befindet sich im Besitz österreichischer Tageszeitungen und des ORF. Als älteste Vorläuferin der APA gilt die „Österreichische Correspondenz“, die Joseph Tuvora im Jahr 1849 in Wien aus der Taufe gehoben hatte. Nach dem zweiten Weltkrieg gelang es Alfred Geiringer, die APA als Genossenschaft der österreichischen Zeitungen wiederzubegründen und mit ihr am 1. September 1946 an den Start zu gehen. Gemäß ihren Statuten soll die APA einen „unabhängigen Nachrichtendienst für die österreichischen Zeitungen, gleichgültig welcher politischen oder weltanschaulichen Tendenz“ gewährleisten. Die APA arbeitet heute weltweit mit ca. 70 spezialisierten und aktuellen Bildagenturen zusammen. Eine Liste dieser APA-Partner ist zu finden auf: www.picturedesk.com.

Geschäftsführer des APA-Picturedesks, Klemens Ganner, hat im VISUELL-Gespräch Auskunft über aktuelle Dienstleistungen der APA-Bildsparte gegeben:
So bietet der APA-Bilderdienst seinen Kunden eine umfassende redaktionelle Bildberichterstattung aus Österreich an. Zudem kann bei Bedarf an internationalen Bildern auf die Produkte der epa (european pressphoto agency) zurückgegriffen werden. Alle Fotos werden auch in sämtlichen multimedialen Produkten der APA verwendet. Leiter der APA-Bildredaktion ist Harald Schneider.



Geschäftsführer des APA-Picturedesks, Klemens Ganner

Im Jahr 2007 hat das Unternehmen die „Contrast Photo GmbH“ übernommen und die APA-Picturedesk GmbH als 100-prozentige APA-Tochtergesellschaft gegründet. Sie ist mit ca. 22 Millionen Bildern, die auch von den rund 70 internationalen Bildagenturen stammen, die größte österreichische Bildagentur. Etwa 200 österreichische Fotografen sind für das APA-Picturedesk tätig. Dieses verkauft (syndiziert) weiter das Bildmaterial verschiedener österreichischer Medien wie der Verlagsgruppe News, dem Wirtschaftsblatt, des Kuriers, der Presse, des Seitenblicke-Magazins, des ORF sowie der österreichischen Nationalbibliothek. Das APA-Picturedesk ist spezialisiert auf alle Dienstleistungen rund ums Bild: Zusätzlich zu den Bildlizenzen wird Auftragsfotografie, Bildrecherche, redaktionelle Services sowie Workshops zu Bildrechten, Bildspeichern usw., angeboten. Über den APA-Fotoservice bietet die APA-Gruppe weiter Auftragsfotografie auf der ganzen Welt an und über den Dienst APA-OTS können sogenannte Aussender PR-Bildmaterial an Medien senden.

DIE APA-KUNDEN

Zu den Kunden der APA gehören alle relevanten österreichischen Medien; die meisten überregionalen von ihnen haben den APA-Bilderdienst abonniert. Das APA-Picturedesk betreut jährlich mehr als 600 Kunden, darunter sind Tageszeitungen, Magazine, Buchverlage, TV-Anstalten, Corporate Publishing Unternehmen, PR-Agenturen, die Politik, Werbeagenturen und viele weitere mehr.

Rund 30 Fotografen sind in Österreich für den APA-Bilderdienst tätig, davon etwa acht in Wien, eine Fotografin in Salzburg und rund 20 für lokale Ereignisse in den Bundesländern. Über das APA-Picturedesk vertritt das Unternehmen zudem rund 200 freie Fotografen aus Österreich. Als nationale Agentur vertritt sie alle relevanten Ereignisse von öffentlichem Interesse aus den Bereichen Politik, Wirtschaft Kultur und Sport. Auch über Großereignisse mit Bezug zu Österreich wie Weltmeisterschaften, Olympische Spiele oder Staatsbesuche werden mit Fotoreportagen dokumentiert. Auf www.picturedesk.com wird außerdem Bildmaterial der Partneragenturen aus der ganzen Welt zu den Schwerpunkten News, Sport, Geschichte, Leute, Porträts, Buntes und Kreatives angeboten.

Zum Thema Preise erklärt die APA, dass der Bilderdienst des Hauses, der nur mit dem APA-Textdienst bezogen werden kann, je nach Auflage nach einem Tarifschema abgerechnet wird. Regelmäßige Abnehmer können innerhalb von Rahmenvereinbarungen oder Kontingentlösungen abweichende Preise erhalten. Freie Fotografen werden vom APA-Picturedesk nach Einzelbild, Mehrbild, Tagespauschalen oder Einzelbildlizensierungen bezahlt. Die im Jahr 2013 lizensierten Bilder wurden gemäß der angewandten MFM-Liste mit durchschnittlich 60 Euro vergütet.

DIE GEPA-PICTURES GMBH

Ingrid Gerencser und Franz Pammer gründeten das Unternehmen im Jahr 1987, das damals noch den Namen „GEPA Pressefoto OEG“ trug. Entsprechend war es auch im gesamten Pressebereich tätig. Etwa fünf Jahre später begann sich das Unternehmen zunehmend auf den Bereich Sport zu spezialisieren. Neben der Presse- und Sport-Fotografie entwickelte sich der Product-Placement-Bereich zu einer wesentlichen Säule des Unternehmenserfolges. Im Jahr 1993, zu Beginn des digitalen Zeitalters wurde mit dem Programm „Phrasea“ eine der ersten digitalen Bilddatenbanken aufgebaut. Parallel dazu erfolgte die Umbenennung des Unternehmens in „GEPA pictures“.

Um die Jahrtausendwende stieß mit Martin Ritzer eine dritte Führungskraft zu der Agentur und 2005 erfolgte nach Jahren der Expansion die folgerichtige Umwandlung in eine GmbH. 2007 überstieg die Zahl der verfügbaren Bilder die Millionengrenze, im Jahr 2013 waren es bereits drei Millionen.

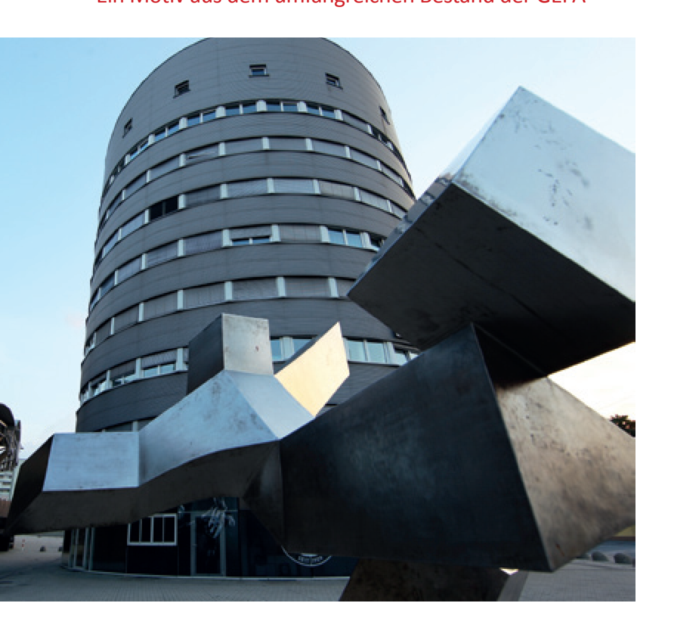
GEPA beschäftigt momentan dreizehn Mitarbeiter. Zudem sind rund 30 Fotografen für das Unternehmen tätig, zwei davon in einer festen Anstellung.



Zu den Kunden der GEPA gehören Verbände, Veranstalter, Agenturen, Werbetreibende, Sportler und rund 20 internationale Partneragenturen. Sie werden versorgt mit einer Vielzahl von Bildern diverser Sportevents wie Fußball, Skifahren, Formel Eins, Tennis, Golf, Laufsport und zahlreichen weiteren Sportarten.

Auch Bilder, die mit einem Smartphone gemacht wurden, gehören teilweise zum GEPA-Repertoire, jedoch wird auf dem Markt derzeit kaum nach solchen Bildern gefragt. Befragt zu den Verdienstmöglichkeiten für Fotografen erklärte Franz Pammer gegenüber der VISUELL-Redaktion: „Fotografie muss allgemein als ‚Hungerleider'-Job gesehen werden, das war auch schon vor 30 Jahren so. Wer im Bereich Fotografie erfolgreich sein will, muss eine Marktlücke effizient bedienen und sollte immer mit etwas Außergewöhnlichem und Neuem aufwarten können."

Ein Motiv aus dem umfangreichen Bestand der GEPA



BILDAGENTUR ASABLANCA

Auf die Frage, welche Bilder vor allem gesucht werden, meint Gerhard Hinterleitner, Geschäftsführer von ASAblanca, der in der Branche sehr positiv bekannt ist:

- Pressefotos der Nachrichtenagenturen APA, EPA, Reuters, AP, Getty, Corbis etc.
- Stars, Stars, Stars, lokal und international, sowohl exklusive Portraits von Prominenten als auch Fotos von Society Veranstaltungen, international meist von Getty oder Corbis.
- RF-Stockfotos zur Illustration von Artikeln, vor allem aus dem Billigsektor (Fotolia, iStockphoto etc.) oder RM-Material von Getty oder Corbis.

Ganz selten werden Reportagen/Bildserien von anderen als den oben genannten Anbietern verwendet.
RM-Stockfotos für wesentliche Kampagnen können von Getty oder Corbis erworben werden, damit man das Bild allein hat.
RF-Stockfotos aus dem Billigsektor (Fotolia, iStockphoto etc.), wo es kein so großes Problem ist, wenn mal mehrere Kunden das gleiche Bild verwenden.

DIE WICHTIGSTEN MEDIEN/VERLAGE SIND:

- NEWS Verlagsgruppe mit rund Magazinen (www.vgn.at)
- STYRIA MULTI MEDIA mit rund Magazinen (www.styria-multi-media.com)
- BOHMANN Verlag mit Kleinmagazinen (www.bohmann-verlag.com)



Gerhard Hinterleitner

- KURIER mit Wochenendmagazinbeilage FREIZEIT (www.kurier.at)
- KRONENZEITUNG mit Wochenendmagazin
- RED BULL Verlag mit Red Bulletin, Seitenblicke und Terra Mater
- Tageszeitungen wie STANDARD, PRESSE, KLEINE ZEITUNG mit Magazinbeilagen
- ECHO Medienhaus/VWZ Verlag

Die wichtigsten österreichischen Agenturen mit eigenem Büro sind nach Aussage von Herrn Hinterleitner:

- www.picturedesk.com, gegründet durch Herrn Hinterleitner unter dem Namen CONTRAST Photo GmbH wurde an die APA Austria Presse Agentur verkauft
- Imagno (vom Brandstätter Buchverlag)
- Viennareport und PPS (Photo Press Service): beide waren neben Contrast von den 80-er bis Ende der 90-er Jahre die wichtigsten Magazin-Agenturen in Österreich. Tätig

als Vertriebsagenturen vor allem für internationales Show-Biz Material und Paparazzi-Fotos, haben sie aber Ihre Wichtigkeit in Österreich völlig verloren.

- Buenos Dias: Österreichische Vertriebsagentur für einige noch unabhängige internationale Stockphoto-Agenturen im RF- und RM-Bereich.
- GEPA: reine Sportfoto-Produktionsagentur, mit PR-Orientierung
- ZOLLES: kleine Sportfoto-Produktionsagentur
- Agentur Anzenberger und die neue Agentur ASAblanca (seit 2012) sind Spezialagenturen für direkt – meist exklusiv – vertretene Fotografen.

Über das Picturemaxx-System ist dieses Material auch in Deutschland erhältlich.
Die Honorare sind seit der Jahrtausendwende stark stark nach unten gegangen, die überlebenden Kleinagenturen bemühen sich zwar, die Preise mit der deutschen MFM-Liste BILDHONORARE zu berechnen, die auch hier sehr verbreitet sind. Meist bekommt man diese Preise aber nicht bezahlt.
Am Ende steht dann oft die Unwissenheit der jungen Generation der Bildbeschaffer, die von den Medienmachern dazu erzogen wird, Fotos so billig wie möglich einzukaufen.
Das Auskommen als Pressefotograf in Österreich ist extrem schwer geworden; die freie Pressefotografie und die Magazinfotografie ist nahezu tot.
Da seit Ende letzten Jahres die Ausübung des Gewerbes der Fotografen in Österreich keinen Zugangsbeschränkungen mehr unterliegt, können Pressefotografen inzwischen auch den vollen Gewerbeschein als „Berufsfotograf“ anmelden und auch für die Werbung und Hochzeiten fotografieren.

Auf die Frage, welche Rolle spielen deutsche und schweizerische Agenturen in Österreich, meint Gerhard Hinterleitner, Agenturen wie Action Press, Interfoto waren lange bei Contrast und sind daher immer noch beim APA-Picture-Desk vertreten, Keystone Schweiz ist inzwischen von der APA gekauft worden.
Österreichs Bildagenturen und die Pressefotografen haben ähnliche Probleme wie in anderen europäischen Ländern. Das Bildüberangebot und der damit verbundene Preisverfall sind die Hauptursache.



SYNDIKAT FOTO FILM

Präsident dieses Verbandes ist seit vielen Jahren Gerhard Sokol. VISUELL sprach mit Ihm und wir haben nachstehenden Bericht aufgrund von zusätzlichen Informationen die von unserer Redaktion zusammengetragen wurden, erstellt.

Dieser aktive Berufsverband entstand bereits im Jahre 1947. Zunächst war es ein Zusammenschluss von Pressefotografen, Bildagenturen und Filmreportern aus Österreich.

Das gemeinsame Vorgehen in den Nachkriegsjahren im durch alliierte Zonen geteilten Land sicherte Laborchemie, Fotopapier und auch das Einkommen der dem Verband angeschlossenen relativ kleinen Zahl von Teilnehmern.

In einem Kuratorium für die Ausgabe von Presseausweisen in Österreich schlossen sich auch weitere Verbände an wie Zeitungsherausgeber, Journalistengewerkschaften und Zeitungsverlage. Nach Angaben von Gerhard Sokol ist die Ausgabe von Presseausweisen auch heute noch eine sehr wichtige und kontrollierte Tätigkeit. Dies geschieht in monatlichen Sitzungen mit den Verbänden der Zeitungsherausgeber, der Journalistengewerkschaft und der Zeitungsverlage. Ein gemeinsamer Ausweis ermöglicht die journalistische Tätigkeit und so wuchs das Syndikat der Pressefotografen bald auf 150 Mitglieder. Später wurden Bildhonorare vereinbart und Bilderdienste wurden beim Aufbau unterstützt.

Die Agentur Votava knüpfte internationale Beziehungen und arbeitete mit AP, UPI, und Reuters als Österreich-Vertreter zusammen. Nach der Ausführung von Herrn Sokol ist das „Syndikat“ die größte und gleichzeitig die älteste Berufsinteressen Vertretung des Landes. Sie umfasst heute knapp 700 Mitglieder, die allerdings nicht alle im Bildbereich tätig sind, sondern auch Bildredakteure, Regisseure, Kamerafrauen und Männer umfassen.

Alle Österreichischen Berufsverbände der Branche treffen sich monatlich um über die Vergabe und Kontrolle der Österreichischen Presseausweise sich abzustimmen. Nach den Ausführungen unseres Gesprächspartners Herrn Sokol ist die Nachfrage nach Bildern bei den Mitgliedern sehr dünn geworden. Einigermaßen geht es noch bei Tagesaktualitäten, zeitlosen Porträts und manchmal auch bei Reisereportagen. Sehr wenig Fotostrecken werden noch im österreichischen Zeitschriftenmarkt veröffentlicht. Es werden nur noch wenige Aufträge für Reportagen vergeben und das hierfür festgelegte Budget ist sehr nieder angesetzt. Der Not gehorchend werden auch desaströse Bedingungen erfüllt. Insgesamt stellt sich der Markt zurzeit mit wenigen Ausnahmen als sehr uninteressant dar. Für völlig freie Fotografen und Einsteiger ist die Existenzfrage von Bedeutung und in den meisten ist ein zweites Standbein von Vorteil.

Heinz Tesarek, zweifacher APA-Canon-Pressefotopreis-Gesamtsieger, meint: „Es gibt keine Angebote mehr, niemand zahlt Ticket, Spesen – und ohne Akkreditiv reise ich nicht in die Ukraine wie früher. Kann mir das nicht mehr leisten! Überhaupt ist das Interesse an Reportage Fotografie bei null – ich warte noch eine Weile – dann muss ich mir irgendeinen anderen Job

suchen, um am Leben zu bleiben!“ Der Österreichische Markt ist klein und nach Auffassung unseres Gesprächspartners eng geworden. Auch eingesessene Fotografenprofis sehen in der Schulfotografie, bei Hochzeiten und großen Events wie lifeball oder vergleichbaren Terminen noch Erwerbschancen. Nur wenige Fotografen verstehen, mit Videoclips, DVD- oder auch Fotobook-Produkten erfolgreich zu arbeiten. Große Events sind fast ausschließlich für Fernsehstationen und deren Rechte ausgerichtet. So kappt z.B. der ORF bei der Ski-WM in Schladming alle zunächst zugestandenen Frequenzen für Pressefotografen – die somit keine Bilder per Laptop mehr übertragen konnten. Erst heftige, lautstarke Proteste verhalfen auch den Pressefotografen wieder zu ihrem Recht.

Visuell fragte, wer die Bildsucher sind, und wie es mit der Bezahlung der Fotografen aussieht. Danach wird bei den professionellen Fotografen und Bildanbietern erst dann nachgefragt, wenn man bei den Billigstanbietern wie fotolia usw. nicht fündig geworden ist. Die Honorare werden verhandelt und in den meisten Fällen stark nach unten gedrückt. Inzwischen hat auch die APA (Austria Presse Agentur) nach einigen Zukäufen und dem erfolgreichen Netz-Ausbau mit picturedesk sich zu einem Riesen im kleinen Land entwickelt. Von wenigen Mitarbeitern werden die Termine, Businessaufträge bearbeitet und vor allem an zahlreiche freie Mitarbeiter in den verschiedensten Bundesländern Aufträge vergeben. Die Frage, welche Interessen der Verband für seine Mitglieder vertritt, wurde dahingehend beantwortet, dass ohne Gewerkschafts- oder Kammerorganisationen die Pressefotografie bis vor kurzem ein limitiertes Gewerbe war. Es durften keine Hochzeiten oder Bilder in irgendeiner anderen Form verkauft werden und nur Pressearbeiten waren gestattet. Dies hat sich 2012 insofern geändert, als drei Fotografen von über 10.000 Mitstreitern via Facebook den langersehnten freien Zugang für Berufsfotografie erstritten haben. Es war dies nach Auffassung unseres Gesprächspartners eine beispiellose Zusammenarbeit aller Interessenten. Inzwischen sind 2.000 Gewerbescheininhaber auf dem Markt in Österreich neu dazu gekommen. Hierrüber freuen sich allerdings die alten Gewerbeinhaber nicht. Die Konkurrenz ist dadurch wesentlich härter geworden und zusätzlich kommen sehr viele Handyknipser dazu, die mit ihren Bildern gleichfalls auf den Markt drängen.

2013 ist es dem Berufsverband gelungen, seine Ideen in die Verträge mit der Verwertungsgesellschaft Bild-Kunst einzubringen. Der neue Name der Verwertungsgesellschaft „Bildrechte“ sagt nun aus, worum es in erster Linie geht. Die geänderten Verträge können nun auch einseitig gebundene Fotografen unterschreiben, um ihre Zweitverwertungsrechte zu wahren.

Das Syndikat hat seit zehn Jahren eine eigene Website unter www.syndikatfotofilm.at und zweimal erscheint jährlich das Magazin „flash“. Dieses Magazin ist auch auf Facebook mit zwei Accounts vertreten. Syndikat Foto Film und Syndikat intern ist nur für Mitglieder zugänglich. Das Syndikat informiert nach den Worten von Herrn Präsident Sokol ständig über das Internet seine Mitglieder. Mit tausenden Interessenten pflegt er einen ständigen Ideen- und Gedankenaustausch.

Unserem Gesprächspartner und Informanten möchten wir an dieser Stelle herzlich danken.

Robert Walters, Geschäftsführer
der PantherMedia GmbH in München

PANTHERMEDIA ÜBERNIMMT BILDAGENTUR DIGITALSTOCK

Wie uns der Geschäftsführer der PantherMedia GmbH in München, Robert Walters mitteilt, wird er die Bildagentur Digitalstock mit allen Bildern und Rechten übernehmen. Es geht hierbei um ca. 800.000 Motive, womit die Münchener ihr Angebot mit frischem Material erweitern. Nach eigenen Angaben hat PantherMedia jetzt Zugriff auf rund 30 Millionen Motive.

Die Agentur Digitalstock wurde von Jürgen Wunderle vor 10 Jahren gegründet und hat es nach eigenen Angaben nicht geschafft, als rein Deutsche Agentur im Preiskampf mit internationalen Agenturen mitzuhalten und kostendeckend zu arbeiten.

Ehemalige Kunden von Digitalstock erhalten die Möglichkeit, ihr Guthaben zu PantherMedia zu übertragen und erhalten als Willkommensgeschenk zusätzlich drei Gratis-Bilder. Fotografen können Ihre Portfolios ebenfalls zu PantherMedia übertragen. Noch bestehende Fotografen-Guthaben werden direkt von Digitalstock ausbezahlt.

Alle Fotografen können sich bis Ende September 2014 auf der Plattform digitalstock.de einloggen. Die Vertragsbeziehung zwischen Mitgliedern und der Digitalstock GmbH endet automatisch mit Ablauf dieses Jahres.

panthermedia.net ist ein Marktplatz für lizenzfreie Fotografie. Auf der gemeinsamen Plattform einer Fotocommunity für Fotografen und einer Bildagentur treffen sich Bildeinkäufer. PantherMedia besteht seit 2004.



Eines von 30 Millionen
Motiven bei Panthermedia

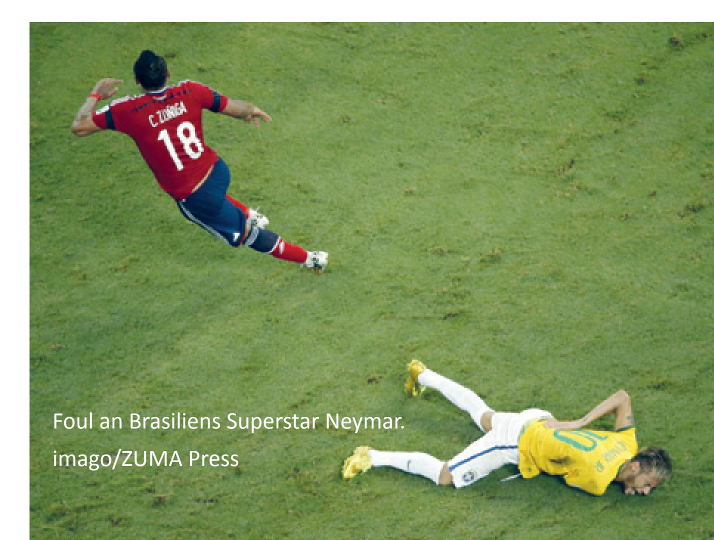
Neuheit bei der WM: Freistoß Spray imago/Ulmer/Teamfoto

FIFA FUSSBALL-WM IN BRASILIEN

Ein großes Ereignis für Fußballfans auf der ganzen Welt ist zu Ende. Die 50 Fotografen der Agentur imago (Einzelfotografen und Partneragenturen) hielten die Highlights für die Nachwelt auf tausenden von Fotos fest. Sie produzierten während der WM ca. 70.000 Bilder. Aus diesem Repertoire wurden in einer Kollektion etwa 150 Highlights der Fußballweltmeisterschaft in Brasilien ausgewählt.

Unter anderem Kloses 16. WM-Treffer, die Heuschrecke auf Rodriguez‘ Arm, das Foul an Brasiliens Superstar Neymar, die Beißattacke von Suarez, Freistoß-Spray, Götzes Siegertor, die deutsche Mannschaft im Freudentaumel und mehr, es fehlt quasi keiner der wichtigen Momente des Turniers.

Bilder von Fanmeilen und Public Viewing weltweit, von Fans, Pressekonferenzen, Trainings und auch Protesten am Rande der Fußballweltmeisterschaft runden das Angebot der Agentur ab. Die auf Sportfotos spezialisierte Agentur imago besitzt bereits ein umfangreiches WM-Archiv mit über 250.000 Motiven aller Fußballweltmeisterschaften.



Foul an Brasiliens Superstar Neymar. imago/ZUMA Press

CEPIC CONGRESS BERLIN

Nach vielen CEPIC Congressen in europäischen Städten wie Stockholm, Istanbul, London, Dublin, Malta und Biarritz, wurde vom CEPIC Commitee die Entscheidung für Berlin getroffen. Die deutsche Hauptstadt hat sich inzwischen zu einem wichtigen Anziehungspunkt für internationale Besucher entwickelt.

von Klaus Plaumann

Der Tagungsort, das Maritim ProArte Hotel in der Friedrichstraße, war gut zu erreichen, man konnte zu Fuß zu bekannten Plätzen in Berlins Mitte spazieren – und Unter den Linden im Einstein frühstücken, ganz ohne Bahn oder Bus zu nutzen. Der Service im Hotel war hervorragend, die Räume gut ausgestattet. Das Essen genügte allen Ansprüchen, und die Panels und Vorträge deckten den Bedarf der anwesenden Bildagenturen.

Die Besucherzahl, fast 500 Teilnehmer, ist konstant geblieben, obwohl die Situation auf dem Bildermarkt schwieriger ist als je zuvor und immer komplizierter zu regeln. Der Congress ist ein internationaler Treffpunkt, besucht von Bildagenturen aus den europäischen Ländern, aus Asien (Japan, Korea, China), Indien, Russland, den USA, Kanada, Südafrika, Brasilien, Neuseeland und Israel 280 Agenturen aus 35 Ländern. Ein guter Grund, eine Reise zu machen, um hunderte von möglichen Geschäftspartnern zu treffen, sich über die Branche und ihre Veränderungen zu informieren und neue Ideen für den Bestand der eigenen Firma zu bekommen. Diese Möglichkeit gibt es für die Branche sonst nirgendwo auf der Welt.



CEPIC Congress

Die PACA, der US-Verband, einst der globale Treffpunkt, musste leider fast 2/3 seiner Besucher an die CEPIC abtreten.

Es fiel auf, dass Microstock-Anbieter, die noch vor einigen Jahren reichlich an dem Congress teilgenommen haben,

immer weniger werden. Grund dafür könnte die schon zweimal in Berlin stattgefundene MicroExpo sein, die sich als alternative Veranstaltung etabliert hat.

Man bot auf diesem Congress, ähnlich wie bei den Microstock-Veranstaltungen, Pitch Presentations für die beteiligten Agenturen an. Jeder konnte hier, für ein paar Minuten, auf seine eigene Art seine Agentur und seine Angebote präsentieren. Die Tische waren sehr gut belegt, es herrschte eine angeregte Atmosphäre, Geschäfte wurden abgewickelt.

Die Seminare waren gut besucht, ebenso die Diskussionsrunde von deutschen Bildredakteuren. Andreas Trampe vom Stern-Picturedesk, Ute Oelker von Neue Post, Christian Röwekamp (dpa), Annette Krumreihn (VEMAG Medien), Florain Stickel (Microsoft) und Michael Dilger (Die Welt) sprachen über die aktuelle Situation der Bildredaktionen und Bildredakteure auf dem deutschen Markt, sowie den Schwierigkeiten, sich von Hunderten von Millionen Fotos zu bedienen, um die Redaktion mit Fotos zu versorgen.

Höhepunkt der Diskussionen war der Google Images Workshop, ein Thema, das alle Bildagenturen und Fotografen betrifft. Müssen wir alle Widerstand leisten, um unser Bildergeschäft zu schützen?

Executive Director des US-Fotografen-Verbandes ASMP, Eugene Mopsik, äußerte sich positiv über die Nutzung von Social Media. Die Debatte über Cultural Heritage, das Weltkulturerbe, und Informationen über die Vorgänge in der EU, die die Bilderbranche betreffen, waren informativ und hilfreich für die Beteiligten. Wo könnte man sonst diese Themen mit Kollegen aus der ganzen Welt diskutieren?



President: Alfonso Gutierrez und
Executive Director: Sylvie Fodor.

Inzwischen hat sich der Congress soweit entwickelt, dass nicht nur Bild-Anbieter an ihm teilnehmen, sondern immer mehr Technik-Anbieter, Copyright-Schützer, Rechtsanwälte – Fachleute, die der Bilderindustrie Kompetenz anbieten. Sie helfen, in dieser schwierigen Zeit die Agenturen zu stärken, ihre Rechte zu schützen, ihre Prints zu digitalisieren und den heutigen Ansprüchen anzupassen. Keywording und Bildverbesserung von indischen Firmen sind Standard geworden, Qualität und Preis sind entscheidend. Ein gern gesehener Gast war Jerry Tevin, Gründer der ypa, Young Photographers Alliance. Jerry ist ein Urgestein der Stockfoto-Szene, seine Agentur Nonstock wurde an Getty verkauft, jetzt hilft er jungen Fotografen auf der ganzen Welt. Unterstützt wird ypa seit vier Jahren von der amerikanischen Fotografen-Organisation ASMP. Es wurden Büros in Peking, Toronto, London und Mumbai eröffnet, ypa sucht zur Zeit Sponsoren in Deutschland, einem der wichtigsten Länder für das Bildergeschäft.

HANDSCHMEICHLER DER WERBEINDUSTRIE

Werbeartikel machen Werbebotschaften greifbar. Sie wecken Emotionen und verbinden positive Erlebnisse mit einer Marke. So werden aus einfachen Give-aways Markenbotschafter, Sympathieträger und manchmal auch echte Überraschungen.

von Gerd Raymund

Fühlbar, begreifbar, anfassbar und real. Sinne, die in der heutigen, schnelllebigen Zeit viel zu kurz kommen. Die Wahrnehmung haptischer Reize schafft Emotionen – der Schlüssel zu menschlichen Erlebnissen. „Werbeartikel sind sympathische Botschafter, die eine Botschaft nicht nur im Vorbeigehen vermitteln, sondern sie bis nach Hause tragen“, so Martina Reinelt von der Make or Buy (MoB) in Köln. „Sie machen Spaß, sind nützlich und manchmal sind auch richtige Überraschungen dabei. Dinge sprechen Menschen ganz direkt an und fordern Aufmerksamkeit, Konzentration und manchmal auch Phantasie, um sie zu verstehen. Wenn dann noch darüber gesprochen wird, ist das die beste Resonanz, die man sich wünschen kann.“ Gegenständliche Werbung lebt von der perfekten Auswahl des Artikels hinsichtlich der Corporate Identity des Unternehmens und der Anpassung des Werbeartikels an das Corporate Design.

Die Studie zum Thema Werbewirkung von Werbeartikeln für den Gesamtverband der Werbeartikel-Wirtschaft zeigt:

- Werbeartikel wirken auch heute noch längerfristig – ¾ sind über ein halbes Jahr im Besitz
- 86% der Besitzer von Werbeartikeln nutzen sie auch – im Durchschnitt 1x täglich
- Werbeartikel erreichen mehr Personen als Radio oder Fernsehen
- Werbeartikel erzielen eine doppelt so hohe Werbeerinnerung wie Fernsehen

Das Web 2.0 macht demnach Werbeartikel nicht überflüssig. Im Gegenteil. Die Bedeutung von haptischer Werbung wird immer größer. Haptische Sinne werden im Zeitalter von Social Media und Smartphone immer weniger beansprucht. Umso sensibler reagieren sie, wenn man sie gezielt anspricht.

1954

1974

1990

2014



KOUTANIEMI GEWINNT FREELENS-AWARD

(up) Die finnische Fotografin Meeri Koutaniemi hat beim diesjährigen Lumix-Festival in Hannover in der Kategorie Fotojournalismus den Freelens-Award gewonnen. Mit ihrer Reportage „Taken" über die Beschneidung von Mädchen in Kenia überzeugte die 26-Jährige die Jury – ihr Preis ist mit 10.000 Euro verbunden. Aus rund 1.200 Reportagen waren ca. 60 ausgewählt und auf dem Expo-Gelände in Hannover ausgestellt worden. Die Lebensgefährtin von Bundespräsident Gauck, Daniela Schadt, überreichte Koutaniemi ihre Auszeichnung. Das Lumix-Festival für Nachwuchsfotografen fand zum vierten Mal statt. Die Hochschule Hannover, der neu gegründete Verein zur Förderung der Fotografie in der Stadt sowie der Freelens-Verband verwandelten das frühere Expo-Gelände in eine riesige Fotoschau. 35.000 Besucher zählten die Veranstalter, das ist neuer Besucherrekord.



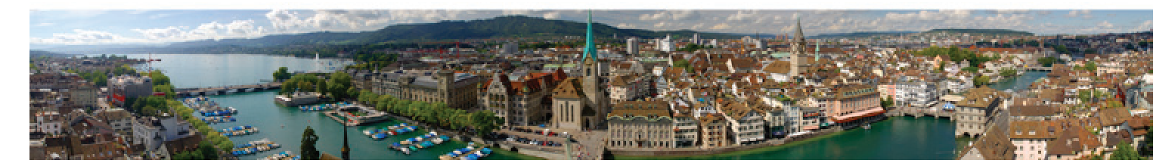
Daniela Schadt überreicht den Freelens-Award.
Foto Maximilian von Lachner

SIND BILDBEARBEITUNGSGEBÜHREN WIEDER AKTUELL?

„Eigentlich braucht man nur einen Computer, um fast alle Bilder zu finden“ meint ein entlassener Bildredakteur, der jetzt freiberuflich Bilder für mehrere Verlage organisiert. Er ist der Meinung, dass auf dem Stockmarkt heute fast alles auch ohne die traditionellen Bildagenturen und Archive an Bildern zu finden ist.

von Gerd Raymund

Nach seiner Meinung wollen viele der Bildsucher vor allem zu den niedrigsten Preisen einkaufen.
Bei aktuellem Bildmaterial wie Politik, Unfälle, Sport usw. ist der Bildmarkt noch vorwiegend in seiner alten Form intakt. Der Markt ist zwischen den großen international tätigen Bildanbietern gut vernetzt und die Honorare haben sich im Allgemeinen nicht wesentlich verändert. Bilder werden ausgetauscht und im Rahmen einer Pauschale oder zu Sonderkonditionen den eigenen Bildkäufern angeboten.
„Freiberufliche Bildbeschaffer“ oder Agenturen bieten zunehmend den mit den vielen Bildern gestressten Bildredakteuren die Zusammenstellung von Auswahlsendungen an, wie dies früher beim Dia-Versand üblich war. Nur geeignetes Material wird vermittelt. Die Beschaffung von Motiven von Partnern oder anderen Bildquellen wird als Serviceleistung angesehen. Die einstmals übliche „Beratungsgebühr“ lebt wieder auf. Die Marktkenntnisse von Bildfachleuten werden honoriert und bieten so eine zeitliche Entlastung für den bildsuchenden Endverbraucher.
Das Angebot von Getty zur kostenlosen Verwendung von über 35 Millionen Motiven ist eine pauschale Aussage, aber hier Bilder zu suchen ist eine Herkulesarbeit. Auswirkungen dieser neuen Vertriebsart sind noch nicht bekannt. Bildangebote von Microstock-Agenturen mit Preisen von unter 20 Cent sind praktisch auch Gratisangebote und nur wenige Fotografen die mit großen Bildmengen im Markt aktiv sind, können hier einen Ertrag erwarten. Von den Bildbeschaffern der Zukunft werden überdurchschnittliche Marktkenntnisse und ein gutes Einfühlungsvermögen erwartet, um den Bildredakteuren oder Bildsuchern eine Entlastung zu bieten. Hierfür wird auch eine Bearbeitungsgebühr, Beschaffungsgebühr oder wie man es auch nennen will, als Honorar vergütet.



NEUE PREMIUM-KOLLEKTION VON PANTHERMEDIA

Handverlesene Royalty Free Kollektionen ausgewählter und limitierter Produzenten und Nischenmotive für hohe und exklusive Ansprüche bietet zusätzlich die Münchener Agentur.
Diese Sonderkollektion setzt sich aus Spezialarchiven zu den Themen Architektur, Food, Ökologie und Nachhaltigkeit sowie People und Lifestyle zusammen. Die Bilder stammen von wenigen ausgewählten Produktionsgesellschaften. Aus den einzelnen Archiven wurden nur die besten Motive ausgewählt.

„Die neue Premium Kollektion richtet sich an einen kleinen Kreis von Kunden mit Bedarf an extrem hochwertigen Bildern", erklärt Bildredakteurin Johanna Knauer von PantherMedia. Bewusst wurde die Ausrichtung auf Spezialthemen vorgenommen. Die teilweise erfrischend moderne Bildsprache abseits von typischen Werbebildern fällt auf. „Mit der Einführung der Premium Kollektion führen wir unsere konsequente Ausrichtung auf Qualität, aber vor allem auch auf Service fort", erklärt Robert Walter, Geschäftsführer der Bildagentur.

NEWS VON DER MICROSTOCK-AGENTUR 123RF

Die 2005 gegründete Microstockagentur 123RF bietet über 29 Millionen Bilder, Illustrationen, Videos und Audios in Ihrer Online-Datenbank an. Als einer der weltweit führenden Anbieter für lizenzfreie digitale Inhalte verfügt d123RF über ein Netzwerk von über 100.000 Content-Erstellern und über drei Millionen Kunden. „Eine unserer Stärken liegt darin, unser Angebot stetig zu erweitern und um aktuelle und auf dem Markt nachgefragte Inhalte zu ergänzen", erklärt Rüdiger Thonius, der Geschäftsführer der Agentur. Das Vertriebsbüro für Deutschland, Österreich und die Schweiz besteht seit Mitte 2008 und betreut deutschsprachige Kunden mit kompetenter Beratung auch bei der Rechteklärung. Die Bildbenutzung startet ab 0,21 € pro Bild.

PICTUREMAXX IST TOP



picturemaxx, Anbieter von MAM/DAM-Lösungen, hat bei der Teilnahme am Innovationswettbewerb „Top 100“ den Sprung in die Spitzengruppe geschafft. Beim feierlichen Festakt des Deutschen Mittelstands-Summits in Essen nahm Britta Milde, Head of Marketing der picturemaxx AG, stellvertretend für das gesamte Team die Auszeichnung entgegen.
picturemaxx punktet vor allem bei den Kriterien „Innovationsförderndes Management“ und „Außenorientierung“ im Innovationsprozess.
Die von picturemaxx entwickelte Mediensuchmaschine und das darauf aufbauende Netzwerk aus professionellen Content-Anbietern sind marktführend. Mehr als 1.000 deutsche und internationale Unternehmen setzen picturemaxx-Lösungen für die Medienbeschaffung ein.

DIE NEUE GLOBALE SUPERMACHT

In Bonn fand vor Kurzem eine interessante Tagung statt, bei der es um die „Politische Meinungsbildung im digitalen Zeitalter“ ging.
Wesentlich an dem Gespräch und bei den Ausführungen war die amerikanische Journalistin Amy Goodman beteiligt, die dem Bonner Global Media Forum interessante Impulse vermittelte. Die Journalistin und Mitgründerin von „Democracy Now“ diskutierte unter anderem mit französischen UNESCO-Vertretern über die politische Meinungsbildung im digitalen Zeitalter.
Auf den Zwiespalt zwischen Freiheit, Sicherheit und Privatsphäre im Netz wies auch Matthew Armstrong hin von der amerikanischen Broadcasting Board of Governors (BBG). Nach seiner Auffassung wird in Ländern wie in Syrien und dem Iran das Netz zwar immer wieder gesperrt, aber nach kurzer Zeit wird es wieder zugänglich gemacht, um wirtschaftlichen Schaden zu vermeiden, meinte Armstrong. Für Emma Ruby-Sachs vom Netzwerk Avaaz.org. ist das Internet „die neue globale Supermacht“. Interessante Gedanken wurden hier ausgetauscht.
Mitveranstalter und Partner der Veranstaltung waren Amnesty International, Deutsche Telekom, Grimme-Institut, NATO, United Nations, Vodafone Institute for Society and Communications und Voices of Africa.

VIDEO PER SMARTPHONE

Einige der in Smartphones eingebauten Kameras können mittlerweile Filme in HD-Qualität aufnehmen, also mit einer Auflösung von 1280x720 Pixel. Einige bieten sogar Full-HD-Qualität an (1920x1080 Pixel). Allerdings hängt die Videoqualität auch davon ab, wie viele Bilder pro Sekunde gemacht werden. Bei nur 24 Bildern pro Sekunde können die Videos beim Anschauen auf dem Fernseher oder Laptop etwas ruckeln. Für Smartphones gibt es zudem spezielle Video-Apps. Mit ihnen können während und nach der Aufnahme beispielsweise Kontrast, Helligkeit, Schärfe oder Farben eingestellt und bearbeitet werden. Dies ist direkt auf dem Smartphone möglich, die Datei muss nicht mehr auf einen Rechner überspielt werden. Mit der richtigen Video-App und einer guten Kamera mit Wackelschutz können auf dem Smartphone mittlerweile semiprofessionelle Aufnahmen gedreht werden. Nach aktuellen BITKOM-Daten nutzen 55 Prozent aller Deutschen ein Smartphone. Bei Jugendlichen liegt der Anteil höher, als bei der älteren Generation. Bei den 12- bis 13-Jährigen sind es 84 Prozent und bei den 16- bis 18-Jährigen 88 Prozent. Die Daten wurden im Frühjahr 2014 erhoben und sind repräsentativ.

MIT BIKINI BEKLEIDETE FRAU BEI EINER VERÖFFENTLICHUNG

In der Printausgabe der BILD wurde von einem Raubüberfall auf einen bekannten Profifußballer am Ballermann auf Mallorca berichtet. Zur visuellen Verdeutlichung dieses Vorfalls wurde in der Zeitung eine Fotografie des Fußballers am Strand gezeigt. Im Hintergrund dieses Fotos ist im rechten Bildrand eine Frau zu sehen, die auf einer Strandliege liegt und mit einem lilafarbenen Bikini bekleidet ist.



Die Frau in dem lilafarbenen Bikini sah darin eine Persönlichkeitsrechtsverletzung und beantragte daher, die Verleger der Bildzeitung zu verurteilen, eine erneute Veröffentlichung des Bildes zu unterlassen und ihr eine angemessene Entschädigung zu bezahlen.

Vor dem Oberlandesgericht Karlsruhe (Urteil vom 14.05.2014 – 6 U 55/13) bekam die Klägerin zum Teil Recht, die weitere Veröffentlichung des Bildes ist zu unterlassen. Ein Anspruch auf Entschädigung steht der Klägerin jedoch nach Ansicht der Karlsruher Robenträger nicht zu.

Zur Begründung führt das Gericht aus, dass durch die Veröffentlichung des Fotos das Recht der Klägerin am eigenen Bild verletzt und zugleich in das geschützte allgemeine Persönlichkeitsrecht der Klägerin eingegriffen wurde. Die Klägerin sei auf dem Foto identifizierbar abgebildet. Ohne ihre Einwilligung habe sie nicht zur Schau gestellt werden dürfen.

Die beklagte Zeitung argumentierte, dass hier eine Ausnahme von der Einwilligungserfordernis bestehe, da es sich bei dem Foto um ein Bildnis aus dem Bereich der Zeitgeschichte handelte.

KEINE ZEITGESCHICHTLICHE BEDEUTUNG

Dieser Argumentation folgte das OLG Karlsruhe nicht und verneinte ein Ereignis von zeitgeschichtlicher Bedeutung.

Maßgeblich für eine zeitgeschichtliche Bedeutung ist, ob ein durch ein echtes Informationsbedürfnis gerechtfertigtes Interesse der Allgemeinheit an der bildlichen Darstellung gerade des Betroffenen, hier die Dame im lilafarbenen Bikini, besteht. Die Veröffentlichung einer Abbildung des Fußballprofis im Kontext des Berichts ist sicherlich zulässig, nicht jedoch die erkennbare Abbildung der Dame im Bikini. Sie steht in keinerlei Beziehung zu dem Fußballspieler und daher lasse sich das öffentliche Interesse hiermit nicht begründen. Die



Aufnahme zeigt die Abgebildeten am Strand, mithin in ihrem Alltagsleben bei Tätigkeiten, die grundsätzlich dem privaten Bereich zuzurechnen sind. Auch aus dem Begleittext zu dem Foto ergibt sich kein allgemeines Interesse oder zeitgeschichtliches Ereignis. Die Bildinschrift hat keinen Bezug zu der Klägerin.
Das Interesse der Leser an bloßer Unterhaltung habe gegenüber dem Schutz der Privatsphäre nach Ansicht der Karlsruher Richter regelmäßig ein geringeres Gewicht. Das unterstellte Informationsinteresse der Öffentlichkeit an der Nachricht, dass der im Vordergrund abgebildete Fußballprofi gestern noch am Strand gewesen sei, dort vorbildlich seinen Abfall entsorgt habe und jetzt Opfer einer Straftat geworden sei, sei nicht von einem solchen Gewicht, dass dahinter der Schutz der Persönlichkeit der Klägerin zurücktreten müsse.
Die Freiheit der Berichterstattung wird nicht beeinträchtigt. Der Zeitung wäre es ohne weiteres möglich gewesen, die Klägerin durch Verpixelung oder Augenbalken unkenntlich zu machen und somit das Persönlichkeitsrecht zu wahren.

KEIN BEIWERK

Die Dame im lilafarbenen Bikini ist ebenfalls kein Beiwerk, wodurch eine Veröffentlichung ggf. zu rechtfertigen wäre. Würde man hier den Ausnahmetatbestand eines Beiwerks annehmen, würden Personen, die rein zufällig mit einer prominenten Person abgebildet würden, ohne diese zu begleiten, schlechter gestellt als Begleitpersonen von prominenten Personen, bei denen nach der Rechtsprechung eine alltägliche Begleitsituation nicht ohne weiteres die Veröffentlichung eines Begleiterfotos rechtfertige.
Im Ergebnis darf das Foto nicht mehr länger publiziert werden.

SCHADENSERSATZ

Ein Anspruch auf Schadensersatz steht der Klägerin jedoch nicht zu. Ein solcher Anspruch wird bei schweren Eingriffen in die Intim- und Privatsphäre oder bei unwahren Behauptungen von besonderem Gewicht für die Persönlichkeit oder bei gewichtiger Diffamierung in der Öffentlichkeit zugesprochen. Ein solch

schwerwiegender Eingriff liegt nach Ansicht der Richter hier aber nicht vor. Das Foto sei am Strand aufgenommen worden und die Klägerin situationsadäquat gekleidet. Die Abbildung sei weder als anstößig noch als obszön zu beurteilen.

ANMERKUNG RECHTSANWALT HOESMANN

Persönlichkeitsrechte abgebildeter Personen sind unbedingt zu beachten. Dies gilt nicht nur für die Personen im Vordergrund, sondern auch für erkennbar abgebildete Personen im Hintergrund. Die Ausnahmetatbestände des Beiwerks und auch des öffentlichen Interesses sind sehr eng, und im Zweifel geht die Entscheidung der Gerichte zugunsten des Persönlichkeitsrechts der abgebildeten Person. Fotografen sollten daher nicht leichtfertig mit Personen im Hintergrund umgehen, sondern am besten schon zum Zeitpunkt der Aufnahme darauf achten, möglichst wenig fremde und unbekannte Personen im Hintergrund zu haben. Durch die bewusste Wahl von Schärfe / Unschärfe und auch der Wahl des Bildausschnittes ist dies für einen geübten Fotografen sicherlich kein Problem.
Sollten Sie rechtliche Fragen zu dem Thema haben oder womöglich selbst in Ihren Rechten betroffen sein, stehen wir Ihnen als eine auf das Fotorecht spezialisierte Kanzlei gerne zur Verfügung.

Kanzlei Hoesmann, Storkower Str. 158, 10407 Berlin
T: 030/956 07 177, F: 030/956 07 178
www.hoesmann.eu

EINLADUNG ZUM SCHULDENMACHEN

Seit 1. Juli 2014 ist auch die 2. Stufe der Insolvenzrechtsreform in Kraft. An ihr scheiden sich nun so manche Geister, besonders was die Fristen für die Restschuldbefreiung angeht.
Die 1. Stufe trat im März 2012 in Kraft – sie beinhaltet u.a., dass einem Schuldner eine vorzeitige Restschuldbefreiung erteilt werden kann, wenn im Insolvenz- und Restschuldbefreiungsverfahren eine Mindestbefriedigungsquote erreicht wird. Für eine Erteilung der Restschuldbefreiung schon nach drei Jahren – statt regulär sechs – muss der Schuldner innerhalb dieser drei Jahre die Verfahrenskosten bezahlen sowie mindestens 35% der Insolvenzforderungen, somit seiner Schulden. Klappt das, ist er grundsätzlich alle Schulden los (Ausgenommene Forderungen § 302 InsO). Können die Verfahrenskosten der Mindestquote von 35% nicht erbracht werden, ist eine Restschuldbefreiung nach fünf Jahren möglich. Sofort erteilt werden kann eine Restschuldenbefreiung in Zukunft, wenn entweder kein Gläubiger Forderungen anmeldet

oder alle angemeldeten Forderungen befriedigt wurden. Allerdings gilt auch hier, dass die Verfahrenskosten und sonstige Masseverbindlichkeiten bezahlt sein müssen.



Foto: © Michael Grabscheit /www.pixelio.de

In den letzten beiden Jahren gab es mehr als 100.000 Verbraucherinsolvenzverfahren. „Mit Inkrafttreten der 2. Stufe der Insolvenzrechtsreform werden wir uns darauf einstellen müssen, dass bei Verbraucherinsolvenzen ein enormer Zuwachs zu verzeichnen sein wird“, so der Geschäftsführer der Bremer Inkasso GmbH, Bernd Drumann. „Viele haben ihre Insolvenzanträge bis jetzt zurückgehalten, weil sie wissen, sie müssen nun nicht mehr sechs Jahre, sondern lediglich drei Jahre warten, bis sie ihre Schulden los sind. Es ist dringend erforderlich, keine Signale zu setzen, die den Eindruck erwecken, man könne künftig alles auf drei Jahre ‚abbezahlen’, und das nur für 35% des Preises“. Eine Verkürzung der Wohlverhaltensperiode ist in jedem Fall ein falsches Signal. Sie führt dazu, dass die Gläubiger, welche in der bisherigen Wohlverhaltensperiode von sechs Jahren zumindest noch einen erheblichen Teil ihrer Forderungen aus unbezahlt gebliebenen Rechnungen bekamen, jetzt auch davon nur noch die Hälfte erhalten.

Die neue Gesetzeslage kommt fast einer Einladung zum Schuldenmachen gleich. Es ist eine große Versuchung, im Luxus auf Pump zu leben, wenn die Möglichkeit besteht, nach drei Jahren alle Schulden wieder los zu sein.

In vielen Haushalten fehlt heute schon die Aufklärung über finanzielle Zusammenhänge mit der Folge, dass immer mehr Jugendliche oft schon beträchtliche Schuldenberge angehäuft haben, meint der Inkassofachmann.

H.W. Dietrich

KEIN ANSPRUCH AUF AUSKUNFT

„Online-Kritiker dürfen aufatmen – das Recht auf freie Meinungsäußerung wird auch in Zukunft nicht beeinträchtigt werden. Die Forderung, dass ein anonymer Online-Kritiker seine Identität im Fall eines Interessenkonflikts preisgeben muss – und sich damit vielleicht gravierende persönliche Nachteile auflädt – ist abgeschmettert worden. Ein Sieg gegen die Zensur? Oder ein Freifahrtschein für Cybermobbing? Auf jeden Fall ist die Entscheidung juristisch einleuchtend: Grundsätzlich haftet der Betreiber eines Bewertungsportals für Äußerungen auf seinem Portal nicht, es sei denn, er hat sich die Bewertungen redaktionell angeeignet und zeichnet für sie mit seinem Namen. Eine generelle Pflicht, die von den Nutzern ins Netz gestellten Beiträge vor der Veröffentlichung auf eventuelle Rechtsverletzungen – im Sinne von persönlichkeitsverletzenden Inhalten – zu prüfen, gibt es nicht.

Werden aber dem Portalbetreiber Inhalte als rechtswidrig gemeldet, so hat er diese Vorwürfe zu prüfen und den Eintrag notfalls zu löschen. Erst wenn gegen diese Pflicht verstoßen wird, haftet der Portalbetreiber auf Unterlassung. Einzig und allein in diesem Fall muss ein Portalbetreiber die Daten des entsprechenden Kritikers preisgeben. Im aktuellen Fall hatte der Betreiber des Bewertungsportals die ehrverletzenden Bewertungen zwar sofort gelöscht, jedoch nicht durch einen Filter verhindert, dass inhaltsgleiche Posts erneut verfasst werden können. Ein derartiger Filter – und hier liegt der eigentliche Kern des neuen Urteils – sei dem Betreiber eines Bewertungsportals nicht zumutbar.

Angesichts des Aufwandes für einen derartigen Filter und der Kosten hierfür ist dies grundsätzlich nachvollziehbar. Das heisst konkret: Anonymes Bewerten und Kritisieren bleibt weiterhin möglich, solange der Portalbetreiber auf ‚Zuruf' ehrverletzende Äußerungen entfernt. Erst wenn hiergegen verstoßen wird, hat der Kritiker mit einer Offenlegung seiner Daten zu rechnen."

RA Dr. Thomas Schulte (Urteil vom 1. Juli 2014 VI ZR 345/13 des Bundesgerichtshofs; LG Stuttgart – Urteil vom 11. Januar 2013 – 11 O 172/12; OLG Stuttgart – Urteil vom 26. Juni 2013 – 4 U 28/1)

NICHT ALLE FOTOS ZUM EINHEITSHONORAR – UNTERSCHIEDLICHE BILDBEWERTUNG

(PIAG) Farbdias wurden einstmals per Post oder mit dem Boten versandt. Ging eine Sendung oder bei Bildbesteller ein Bild verloren, war nach den MFM-Honorarempfehlungen eine Schadensersatzzahlung von 1.000 Euro pro Motiv zu zahlen. Dabei spielt das Motiv und die Qualität keine Rolle. Dieser Mindestpreis galt für Berufsfotografen oder Fotoamateure.

Inzwischen unterscheidet man bei den Bildern die meist digital erzeugt werden, nach anderen Maßstäben. Bei einer Verhandlung war die Höhe des Schadensersatzanspruches bei einer Urheberrechtsverletzung im Onlinebereich Gegenstand einer juristischen Entscheidung. Die Qualität der Bilder und die Höhe der Vergütung standen zur Diskussion bei der Schadensfestlegung. Das Gericht entschied bei der Bewertung zwischen Produktbildern und Fotos geringerer Qualität. Berufsfotografen haben nach Auffassung des Gerichts eine technisch bessere Ausrüstung. Die Tatsache, dass diese „Fachleute" von Ihrer Arbeit ausschließlich leben müssen, gibt Ihnen offenbar mehr Rechte. Mit diesem Urteil ist die Heranziehung der MFM-Honorartabellen bei der Bewertung angemessen, meint das Oberlandesgericht.

Der Endverbraucher von Fotos fragt nicht, ob diese Bilder vom Profi oder Amateur stammen, sondern nach dem passenden Motiv für seinen Zweck. Berufsfotografen erhalten durch diese Entscheidung des Oberlandesgerichts Hamm eine Bestätigung und Aufwertung ihrer Arbeiten. Im publizistischen Bereich gibt es viele selbsternannte Fotografen, die täglich gute Fotos herstellen. Sind diese Bilder denn weniger wert? Wo fängt die mindere Qualität an?

Es geht bei Bildlizenzen und dem Urheberrecht nicht um eine Handelsware sondern jeweils um eine kreative, geistige Leistung des Bildurhebers. Diese Leistung muss im Rahmen der noch gültigen Gesetze geschützt werden. Gleichbehandlung der Bilder wird jetzt gefordert und es spielt keine Rolle, ob diese Bilder von Profis oder Amateuren angefertigt wurden.

Dass es sehr gute und sehr schlechte Motive gibt, weiß jeder vernünftig denkende Mensch und vor allem jeder Brancheninsider. Ein Maßstab für die Bildbewertung wäre die Einstufung von Bildern durch Handwerker und Fotokünstlern bzw. Bildredakteuren nach einem kreativen Level oder Punktesystem. Selbst Bilder, die jetzt auch mit Smartphones entstehen, haben die gleichen Rechte und Aufgaben und können erwarten, gleich bewertet zu werden. Das Lebensalter des Fotografierenden, die Technik und Ausbildung dürfen eigentlich nicht ausschlaggebend sein.

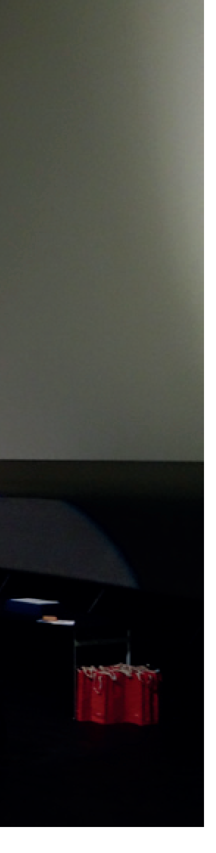
Es geht um gute Bilder. Das Urheberrecht bzw. das ganze Copyright in seiner seitherigen Form ist kaum noch zu kontrollieren und bedarf einer internationalen Neugestaltung. Die Bewertung der Bilder könnte nach einem Punktesystem oder anderen Maßstäben geschehen. Das angesprochene Urteil des Oberlandesgerichts in Hamm ist vom 13. Februar 2014 Aktenzeichen 22 U 98/13.



WIE MANAGEN WIR DIE BILDERFLUT?

Parallel zum Lumix-Festival haben die Deutsche Gesellschaft für Photographie und die Hochschule Hannover Ende Juni ein Symposium mit dem Titel „Wie managen wir die Bilderflut?“ durchgeführt.

Peer Rüdiger, der Gründer des visuellen Dienstleisters „Medienhaven“, brachte im ersten Vortrag die Probleme der Fotografen mit der großen Zahl von Bildern zur Sprache. Vielen sei das Risiko des Datenverlustes nicht bewusst. Von 50 Fotografen, die mit Medienhaven zusammerarbeiteten, verwende nur einer einen Medienserver, die meisten Bilder würden auf den verschiedensten Datenträgern angeliefert. Viele Fotografen würden oft Tätigkeiten auslagern, die eigentlich zu ihrem ureigensten Tätigkeitsprofil gehörten, erklärte Rüdiger. Trotz hunderter Fotos, aus denen heute eine Fotostrecke bestehe, sollte nur der Fotograf die Entscheidung treffen und die geeignetsten auswählen. Das Selbstverständnis des Fotografen solle sich nicht darauf beschränken, Rohstofflieferant zu sein.
Alexander Koch, Geschäftsführer des Bundesverbandes der Pressebild-Agenturen und Bildarchive (BVPA) befasst sich mit juristischen und wirtschaftlichen Aspekten der Archivierung.



Planet MID,
Expo Plaza Hannover
Fotos: Dietmar Wüller

So entstünden bei Bildverwaltung, Digitalisierung, Recherchen und Verschlagwortung nicht selten auch Raumkosten und selbst bei interessanten Beständen sei ein Ankauf in den seltensten Fällen finanziell zu rechtfertigen.
Bei älteren Werken müssten oft die Rechte geklärt werden und ob es sich um verwaiste oder nur vergriffene Arbeiten handelt. Dabei sei sogenannten „Gedächtnisinstitutionen“ wie staatlichen Museen eine privilegierte Nutzung staatlich garantiert. Um das visuelle Erbe zu bewahren, kann man nach Koch zwischen einem zentralistischen und einem netzwerkbasierten Ansatz unterscheiden. Das Netzwerk Fotoarchive verfolge letztgenannte Variante, die wahrscheinlich der bessere Weg sei.
Prof. Dr. Susanne Boll von der Universität Oldenburg nahm in ihrem Vortrag eine medienwissenschaftliche Perspektive ein. So habe es durch die Digitalisierung einen Wandel bei den Forschungsschwerpunkten gegeben. Während es in der vor-digitalen Zeit in erster Linie um die Analyse von Bildinhalten gegangen sei, sei die Fragestellung heute mehr kontextbezogen, etwa bei der Untersuchung der Kunden. Angebote wie Flickr oder Instagram ermöglichten es dem Kunden, Bilder zu gestalten ohne darin Experte sein zu müssen.
Nach wie vor ungelöst sei die Frage der privaten Archivierung, denn selbst wenn das Problem der langfristigen Speicherung der Fotos gelöst worden ist, bleibe die Frage der Bewahrung des mit den Bildern verbundenen Wissens. Fotobücher seien zwar sehr beliebt, das traditionelle Fotoalbum würden diese jedoch nicht ersetzen. So hatten bei einer Umfrage 67 % der Befragten angegeben, ein angefangenes Fotobuch nicht fertiggestellt zu haben. Intelligente, kontextbezogene Algorithmen, die Vorschläge für eine Bildauswahl unterbrei-



Prof. Dr. Susanne Boll, (Carl von Ossietzky Universität, Oldenburg)



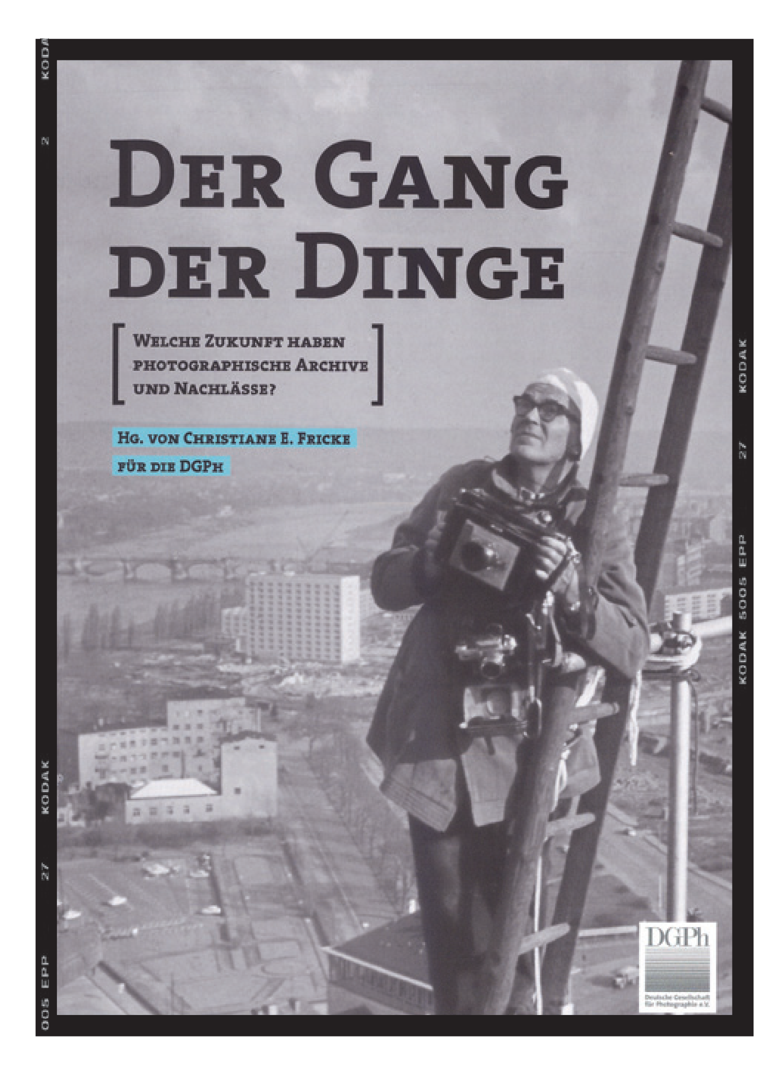
Heinz Krimmer, (Freiberuflicher Journalist und Autor, Berlin)

Mittelmäßige Bilder solle man am besten sofort löschen, da quasi alle Motive in hoher Qualität im Internet verfügbar seien. Amateure könnten heutzutage genauso gute Bilder herstellen, wie Profis. Daher reiche ein Grundstock von 5.000 „zeitlosen Bildern“ nicht mehr aus, um zur Altersversorgung beizutragen.
Andreas Gebhard von Getty Images berichtete ebenfalls aus seiner beruflichen Praxis. Sein Unternehmen verfügt derzeit über ca. 90 Millionen digitalisierter Bilder. Ausgedruckt und übereinander gestapelt ergebe diese

ten, seien hier möglicherweise eine sinnvolle Unterstützung.
Der Fotograf und Dozent an der Hochschule Hannover, Heinz Krimmer, betonte, eine Bilderflut habe es eigentlich schon immer gegeben. Bereits im 19. Jahrhundert habe man sich gefragt: „Wohin mit all den Glasplatten?“ Außer dass heute digitale Fotos in hoher Qualität leicht herstellbar sind, stelle das Internet die zweite Säule dar, auf der die Fotografie heutzutage ruhe. Damit sei es so einfach wie noch nie, Bilder zu veröffentlichen.

Menge einen Turm von 27 Kilometern Höhe.
Jörg Buschmann, seit Jahren Fotochef der Süddeutschen Zeitung, berichtete plastisch und humorvoll aus seinem redaktionellen Alltag. Jeden Tag hätten seine Kollegen und er mit Tausenden von Bildern zu tun.
Axel Kossel vom Heise – Verlag und Leiter des Ressorts Internet des c’t magazins für computertechnik, sprach abschließend über die sogenannte Cloud als Foto-Archiv. Er stellte fest, sichere Archive in der Cloud (Netzwerke) gibt es nicht.

DER GANG DER DINGE



Wie und wo kann ein künstlerisches oder schriftliches Archiv für kommende Generationen sicher aufbewahrt, erschlossen und zugänglich gemacht werden? Diese Fragen beschäftigen immer mehr Fotografen – Grund genug für die Deutsche Gesellschaft für Photographie (DGPh) anlässlich ihres 150-jährigen Jubiläums dieses Thema aufzugreifen und dazu ein Symposium durchzuführen. Die dort gehaltenen 15 Experten-Vorträge hat jetzt Christiane E. Fricke im Auftrag der DGPh in dem Buch „Der Gang der Dinge“ herausgebracht. Im ersten Teil „Konstruktionsprozesse“ untersuchen Jens Bove und Sebastian Lux die Zukunft der Photographenarchive und stellen dasjenige der Deutschen Fotothek vor. Sandrine Mahieu präsentiert französische Archive und Sammlungen im Internet und Enno Kaufhold den Verein „Netzwerk Fotoarchive“. Weitere Vorträge komplettieren den ersten Teil, der vom zweiten Teil „Das Bild in der Arche“ abgelöst wird. Hier werden unter anderem neuere Entwicklungen in der Archivierung und Dokumentation kunsthistorischer Photonachlässe vorgestellt, Finanzierungsmodelle aufgezeigt und Kassationskriterien von Stadtarchiven behandelt. Im dritten Teil „Praxiswissen“ schließlich wird u.a. gefragt, was gute Archivbedingungen sind.

Christiane E. Fricke (Hrsg.) „Der Gang der Dinge“. Welche Zukunft haben photographische Archive und Nachlässe?
Fruehwerk-Verlag (www.fruehwerk-verlag.de)
ISBN: 978-3-941295117

FOTODROHNEN IMMER GÜNSTIGER



Immer mehr Drohnen von sehr unterschiedlichen Herstellern kommen zum Einsatz.

(up) Immer mehr Fotografen nutzen sogenannte Fotodrohnen, um altbekannte Motive in neuen Perspektiven abzulichten. In der Branche ist mancherorts bereits von „Drohnenjournalismus“ die Rede. Folgerichtig sind auch die Preise für die Fluggeräte gefallen, die teilweise bereits für unter 200 Euro zu bekommen sind. Allerdings sind diese Geräte nicht in der Lage, eine professionelle Digitale Spiegelreflex Kamera (DSLR) zu tragen. Wer professionelle Fotos schießen will, braucht zumindest eine Drohne, die eine Action Cam transportieren kann. Diese Fluggeräte sind jedoch nicht unter 400 Euro zu bekommen. Wer nicht auf eine DSLR verzichten kann oder will, muss mindestens 3000 Euro in das Fluggerät investieren. Je mehr Geld man ausgibt, desto stabiler ist die Fotodrohne und umso mehr Gewicht kann sie tragen. Um das Gerät auch einsetzen zu können, muss es relativ windstill sein. Wer keine Erfahrung mit Modellflugzeugen hat, sollte auf jeden Fall auch Übungsstunden absolvieren. Bewegt sich das Fluggerät beispielsweise auf den Fotografen zu, muss er beim Rechts- und Linkssteuern umdenken und die vertauschten Richtungen beachten. Beachtet werden müssen auch enge rechtliche Vorgaben zum Einsatz des Fluggerätes, die beispielsweise nur auf Sicht geflogen werden dürfen. In vielen denkbaren Einsätzen müssen Behörden Genehmigungen erteilen.

ERSTE LIBELLEN-DROHNE ENTWICKELT

Unterdessen haben niederländische Wissenschaftler eine neue Drohne entwickelt. Das Fluggerät hat eine Spannweite von 28 cm und erinnert mit ihren flatternden Flügeln an eine Libelle. Sie ist 20 Gramm schwer und kann in 3-D-Technik filmen. So kann sie Hindernisse selbstständig erkennen und um sie herumfliegen. Die Libellen-Drohne soll da zum Einsatz kommen, wo herkömmliche Drohnen zu groß oder zu unselbständig sind, beispielsweise in zerstörten Gebäuden.

+++ SERVICEGUIDE +++

ANWÄLTE	PLZ
Rechtsanwalt Alexander Koch, Autor von „Handbuch zum Fotorecht“, Sächsische Straße 63, 10707 Berlin, Telefon 030 88675321, E-Mail: post@rakoch.de	1
Scheel-Pötzl Fachanwältin für Urheber- und Medienrecht, Museumstraße 31, 22765 Hamburg, Telefon 040 399 247 30, Fax 040 399 247 28, E-Mail: kanzlei@poetzl-recht.de, www.poetzl-recht.de	2
KSP Kanzlei Dr. Seegers, Dr. Frankenheim Rechtsanwaltsgesellschaft mbH, Kaiser-Wilhelm-Straße 40, 20355 Hamburg, Telefon 040 45065-696, E-Mail: medien@ksp.de	2

BILDBESCHAFFUNG (Artbuyer, Bildredakteure)

Bildredaktion Hamburg. – Freier Bildredakteur, Art Buyer und Fotograf, übernimmt Aufträge bundesweit. Schnell. Professionell. Und mit dem Blick für wirklich gute Fotografie. Diplom-Kommunikationsdesigner Bob Heinemann, mail@bobheinemann.de, Tel. 0171 9338265, www.bildredaktion-hamburg.de	2
Picture Worx – international erfahrene Bildredakteurin bietet Bildredaktion, -beschaffung, -konzeptentwicklung, Fachseminare, Vorträge, www.picture-worx-koeln.de	4
Red.Sign GbR – Anja Schlatterer, Alexander str. 171, 70180 Stuttgart, www.redsign.de, Bild redaktion, Grafik, Redaktion. Tel. 0711 620083-66, E-Mail: anja.schlatterer@redsign.de	7
www.Freie-Bildredakteure.de – Vermitteln deutschlandweit Bildredakteure an Werbeagenturen, Verlage und Unternehmen. E-Mail: office@freie-bildredakteure.de, Tel. 08234 809840	8

FOOTAGE

ClipDealer – lizenzfreie Footage Clips in diversen Auflösungen zum Fixpreis und sofortigen Download. www.clipdealer.de	8

ILLUSTRATOREN

www.illudirectstockillustrations.com – Derzeit 3.500 Bilder von internationalen Künstlern von höchster Qualität. Mit Links zu den verschiedenen Webseiten unserer Illustratoren, Spezialaufträge werden übernommen. E-Mail: info@illudirect.com, Tel.: 0031 – 654 725222, Casparuslaan 505, 1382 KR Weesp, NL.	NL-1

+++ LESERBRIEF +++

SCHLEUDERPREISE MACHEN BILDMARKT KAPUTT

Ihren Artikel „Preislisten und die Realität“ im aktuellen Heft habe ich gelesen und kann nur bestätigen, was Sie geschrieben haben.
Die Microstockagenturen machen mit Ihren Schleuderpreisen den gesamten Bildmarkt kaputt. Getty bietet Bilder an, praktisch für jeden Zweck. Dafür aber wird den Redakteuren ausdrücklich untersagt, Fotos von anderen Agenturen oder Fotografen zu beziehen. Ausnahme: Getty verfügt nicht über das gewünschte Motiv. Fotowettbewerbe gibt es immer mehr, bei denen sich Verlage über Ihre Leser Bilder beschaffen.
Berufsfotografin, München

VORSCHAU

Die nächste VISUELL erscheint am 15. November 2014.
Darin finden Sie u.a. folgende Themen:

VIDEOS UND FILME

Der Markt wächst.

BILDBEARBEITUNG

Die Bildbearbeitung in allen Bereichen.

URHEBERRECHT

Ist das Urheberrecht in der Krise? Diskussion und Vorschläge

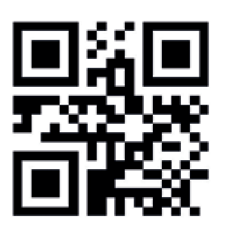






Titelbild

Die Titelbilder dieser Ausgabe von VISUELL/ SMART PHOTO DIGEST stammen von der Agentur 123RF:
S. 1: „Hand reaching images“
S. 55: „Tourist couple on Hawaii taking pictures of the famous Akaka Falls“




SMART PHOTO DIGEST
Das Magazin für moderne Fotografie
IM TEST:
SAMSUNG GALAXY S5
OLLOCLIPS
GENIALE 360°-APPS
WORKSHOPS:
ADOBE LIGHTROOM
BILDER FÜR EBAY

INHALT



SMARTPHONES

ZUBEHÖR

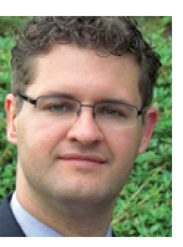
WORKSHOPS

APPS

WIRTSCHAFT

FOTOGRAFIE

SERVICE



LIEBE LESERINNEN UND LESER,

nach eineinhalb Jahren hat der Akku meines iPhone 5 schlapp gemacht. Der Austausch hätte bei Apple 89 Euro kosten sollen, weil der Akku als Zubehörteil gilt und auf die gibt es keine Gewährleistung. Meine Liebe zu Apple-Produkten ist seitdem spürbar abgekühlt. Doch mein iPhone läuft dank einer der mittlerweile zahlreich existierenden Handykliniken wieder einwandfrei. Der Austausch hat dort 35 Euro gekostet. Akku-Zubehör gibt es übrigens in Hülle und Fülle. Ein paar Produkte stellen wir auf Seite 64 vor.
Fast alle Smartphones lassen sich auf die eine oder andere Weise günstig reparieren, wenn kein Garantiefall vorliegt. Und so ist ein Displaytausch nach Sturz für 100 Euro sicherlich günstiger als sich ein neues Smartphone zu kaufen. Obwohl fast jedes neue Gerät eine noch bessere Kamera hat, wie zum Beispiel das S5, das wir ab Seite 58 vorstellen.
Viel Spaß beim Lesen und natürlich beim Fotografieren!



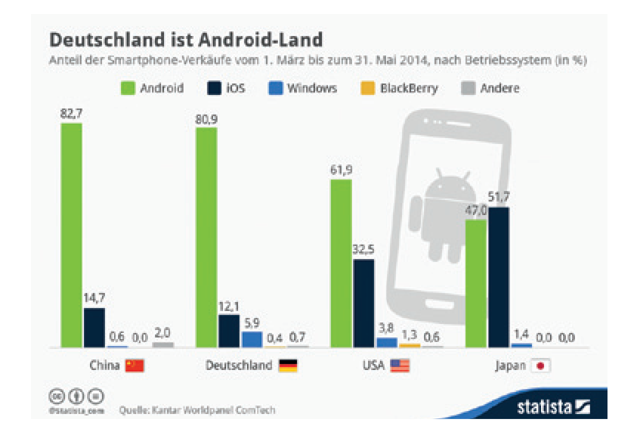
Ihr Timo Stoppacher

+++ NEWS +++

DEUTSCHLAND IST ANDROID-LAND

Der deutsche Smartphone-Markt ist fest in Android-Hand. Laut Daten von Kantar Worldpanel waren rund 81% der zwischen März und Mai in Deutschland verkauften Smartphones Android-Geräte. Unter den untersuchten Märkten weisen nur China (82,7%) und Spanien (87%) einen noch höheren Android-Anteil auf.

Diese Grafik zeigt den Marktanteil von Smartphone-Betriebssystemen in vier ausgewählten Märkten.

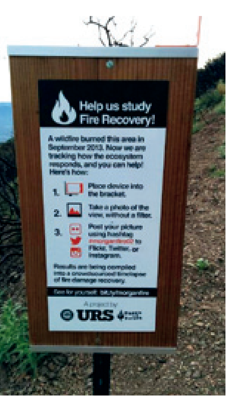


RAWPORTER STELLT DIENST EIN

(ts) Mitte Juni kündigte Rawporter an, dass das Unternehmen zukünftig mit einem wesentlich größeren, noch ungenannten Unternehmen zusammen arbeiten wird. Daher nimmt Rawporter keine Bilder mehr an, vorhandene Bilder werden aus der Datenbank gelöscht. Mit Rawporter sollten Fotografen vor allem Bilder aktueller Ereignisse direkt vom Smartphone aus verkaufen können. Die Webseite www.rawporter.com ist weiterhin online.

REKORD BEI INSTAGRAM

(ts) Das Hochzeitsfoto der US-Stars Kim Kardashian und Kanye West, das die beiden bei Instagram einstellen, hat alle Rekorde gebrochen. Mehr als zwei Millionen Nutzer likten das Bild bei Instagram, das unter instagram.com/kimkardashian zu sehen ist.



Mit einem Smartphone-Foto der Wissenschaft helfen

SMARTPHONE-FOTOS FÜR DIE WISSENSCHAFT

(ts) Die US-Organisation Nerds for Nature nutzt Smartphone-Fotos, um zu dokumentieren, wie sich die Natur nach einem Waldbrand entwickelt. Wanderer sollen ihr Smartphone in die vorgesehene Halterung stecken, ein Foto machen und es mit einem speziellen Hashtag in sozialen Netzwerken teilen. Mehr Informationen zum Projekt unter http://bit.ly/morganfire

I-FLASHDRIVE JETZT AUCH MIT LIGHTNING-ANSCHLUSS



(ts) Der i-FlashDrive für iPhones ist nun auch direkt mit den iPhones ab Variante 5 verwendbar. Bislang musste immer noch ein zusätzlicher Lightning-Adapter benutzt werden.
Mit dem i-FlashDrive von Photofast können Sie Bilder oder andere Dateien direkt vom iPhone auf dem Gerät sichern und anschließend wie einen USB-Stick an den Computer anschließen. So lassen sich zum einen Bilder schnell übertragen, zum anderen ist das ein einfacher Weg, den Speicherplatz des iPhones zu erweitern.



IM TEST: SAMSUNG GALAXY S5

Samsung hat mit dem Galaxy S5 die inzwischen fünfte Generation der Galaxy S-Reihe vorgestellt. Diese hat Samsung im Smartphone-Segment an die Spitze gebracht und entsprechend hoch waren im Vorfeld wieder einmal die Erwartungen. Wie gut ist nun das neue Flaggschiff?

von Lars Siebenhaar und Timo Stoppacher

Jede neue Smartphone-Generation muss sich naturgemäß von der vorherigen abheben. Schließlich muss es ja ein Kaufargument geben. So wurde auch beim S5 die technische Ausstattung verbessert, unter anderem arbeitet jetzt eine 2,5 GHz Quad-Core CPU im Gerät. Das Display ist – bei unveränderter FullHF-Auflösung – auf 5,1 Zoll angewachsen. Zum Einsatz kommt im S5 die neueste Android-Version 4.4.2 mit Samsungs TouchWiz-Oberfläche.
Die integrierte Kamera hat nun 16 Megapixel, die Frontkamera bleibt bei 2 Megapixeln. Videoaufnahmen sind mit dem S5 in 4K möglich. Eine Neuerung: Das S5 ist jetzt IP67-zertifiziert: Das Galaxy S5 kann daher 30 Minuten in einem Meter Wassertiefe verweilen und ist zudem staubresistent. Die IP67-Zertifizierung bringt allerdings auch einen Haken mit sich: Man wird ständig darauf hingewiesen die Rückseite richtig festzudrücken und der – in der Regel täglich benötigte – MicroUSB-Anschluss ist mit einem Deckel geschützt, der bei Nutzung abgeknibbelt und danach erneut festgedrückt werden muss.

DAS DISPLAY: ATEMBERAUBEND HELL

Samsung hat das Display erneut verbessert. Bei automatischer Helligkeit kann das Galaxy S5 auch bei direkter Sonneneinstrahlung noch abgelesen werden. Dazu kommen je nach Farbmodus perfekte Farbwerte und ein hervorragender Blickwinkel. Die Pen Tile (Diamond) Matrix bemerkt man in keiner Weise,



Das S5 liefert kräftige Farben.

und Texte, Webseiten und Co. lassen sich gestochen scharf ablesen. Das Display ist eines der absoluten Highlights des Galaxy S5.

DIE KAMERA: SCHARF, SCHNELL, VORAUSGESETZT, DAS LICHT STIMMT

Beim S5 zählt die Kamera zu den größten Neuerungen: 16 Megapixel, dazu die ISOCELL-Technologie, die grob gesagt mit Trennwänden zwischen den einzelnen Pixeln für eine genauere Abbildungsleistung sorgt. Gute Lichtverhältnisse vorausgesetzt, sind die Bilder herausragend scharf und detailliert; hinzu



Der Schutzdeckel der Ladebuchse muss etwas mühsam geöffnet werden.

kommen tolle Farben. Sobald das Licht allerdings abnimmt, geht es mit der Qualität bergab.
Man muss sehr aufpassen, dass das S5 bei schlechteren Lichtverhältnissen noch vernünftige Bilder aufnimmt. Im automatischen Modus schlägt erneut ein Weichzeichner zu, der viele Details nimmt – hilfreich wäre hier ein RAW-Modus, den Android 4.4.2 ja eigentlich unterstützt. Besser werden die Bilder bei der Aktivierung des HDR-Modus, am besten mit zugeschalteter Bildstabilisierung, sofern man die Hand ruhig hält. Die Stabilisierung sollte man auch nur dann verwenden, ansonsten sind Momentaufnahmen schwer und Bilder häufig verwackelt. Der HDR-Modus wiederum ist herausragend; das Ergebnis wird im Liveview angezeigt und kann sich sehen lassen.
Insgesamt ist die Software überarbeitet und bietet endlich auch Einstellungen wie etwa eine manuelle Regelung der ISO. Auch wurde das überladene Modus-Menü des Galaxy S4 vereinfacht und in dem „Shot and more"-Modus verschiedene Modi zusammengefasst, sodass die Wahl des Modus nun leichter fällt.

Makroaufnahmen überzeugen durch sehr viele Details.

Das Highlight ist neben dem HDR-Modus der selektive Fokus; in diesem werden zwei Bilder aufgenommen und anhand dessen ein Bild mit zwei Schärfeebenen erstellt. So kann etwa ein verstärkter Fokus auf eine Ebene gelegt oder ein Pan-Fokus eingestellt werden. Ähnliches bietet Nokia schon länger, bei Samsung ist allerdings alles in einer Kamera-App zu finden und so leichter erreichbar. Die Ergebnisse



Auch ohne HDR ein tolles Ergebnis in einer schwierigen Lichtsituation.

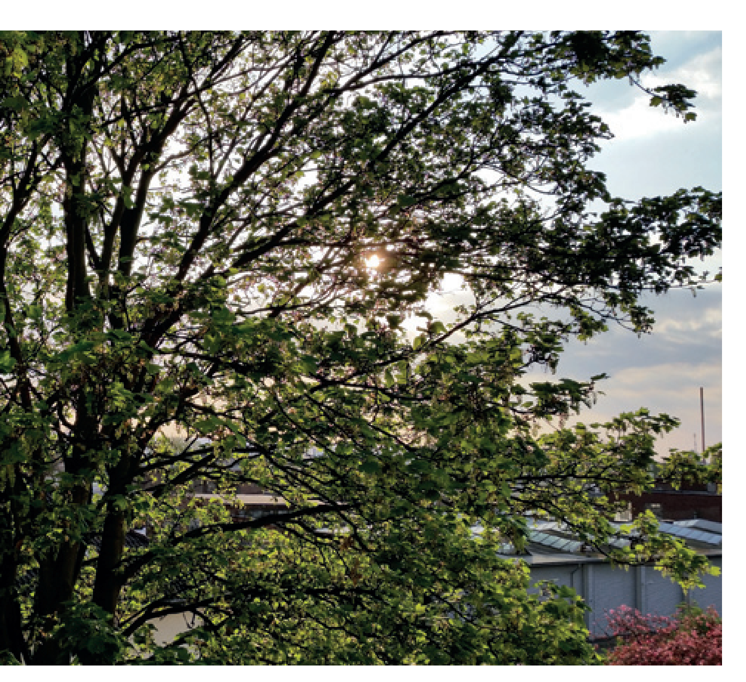
sehen zudem natürlicher aus als etwa die des HTC One M8, bei dem für diese Spielerei unnötiger Weise ein zweites Kameramodul verbaut wurde.

Trotzdem: Am Ende enttäuscht Samsung weiterhin im Low-Light-Bereich und auch die fehlende optische Bildstabilisierung macht sich besonders bei 4K-Aufnahmen bemerkbar. Bei guten Lichtverhältnissen sind die Ergebnisse herausragend, aber dann machen auch andere Smartphones meistens gute Bilder. Auffällig schnell ist der Autofokus, Kontrast- und Phasen-AF sind sonst eher in DSLR-Kameras zu finden, bei dem Galaxy S5 ist das insofern schon ein echtes Novum.

ZUSATZFUNKTIONEN

Eine sehr gute Software-Innovation ist weiterhin der Ultra-Energiesparmodus. Die Situation, dass nur noch wenige Prozente des Akkus verbleiben, man aber noch für ein paar Stunden erreichbar sein müsste, dürfte wohl keinem fremd sein. Mit dem Galaxy S5 hat Samsung dafür einen besonderen Modus. In diesem wird das Display auf die Darstellung von Grautönen begrenzt und die Software auf das Nötigste beschränkt. Eigentlich sind dann nur noch Telefonieren und SMS denkbar. Man kann sich zwar noch Facebook und Twitter in den Ultra-Energiesparmodus legen, allerdings ergibt das kaum Sinn. Das Internet ist nur bei Nutzung aktiv und wenn man Facebook, Twitter und Co. nutzt, ist das der Fall – nur wird dann die versprochene Standby-Zeit nicht einmal annähernd erreicht. Beschränkt man sich aber auf das Erreichbar-bleiben, kann das Galaxy S5 so die benötigten Zusatzminuten aus dem Akku herausholen.

Neben den üblichen Smartphone-Funktionen kann man mit dem S5 viel für die Gesundheit tun. Durch die IP67-Zertifizierung lädt das Gerät einfach dazu ein, beim Sport genutzt



Mit dem HDR-Modus werden viele Bilder besser.



Zum Vergleich das selbe Motiv ohne HDR.

zu werden. Zusammen mit der Gear 2 oder Gear Fit kann man hier schon vernünftig sein Workout überwachen. Die Smartwatches bieten zwar kein Runtastic, dafür kann die Karte auch gut in S Health dargestellt werden und mit Geschwindigkeits- und Pulsdaten versehen werden. Wer möchte, kann auch die Ernährung über S Health organisieren und über die vorinstallierte Pizza-Order-App die Kalorien gleich wieder zu sich nehmen.

FAZIT

Mit dem Galaxy S5 hat Samsung das Rad natürlich nicht neu erfunden, sondern ein sehr erfolgreiches Modell sinnvoll überarbeitet und um viele Funktionen ergänzt. Logisch, das Innovationstempo der Branche hat einfach abgenommen. Auch leistet sich das S5 kleine Schwächen: Der USB3.0-Anschluss eignet sich ideal, um viele Bilddateien schnell zu übertragen. Ein entsprechendes Kabel liefert Samsung jedoch nicht mit. Und gerade wegen der geschützten Ladebuchse wäre eine von Haus aus integrierte Möglichkeit zum kabellosen Laden angebracht.

SOLARSTROM FÜRS SMARTPHONE

(ts) Smartphone-Besitzer sind immer auf der Jagd nach der nächsten Steckdose. Denn bei intensiver Nutzung ist der Akku schnell leer. Wer länger unterwegs ist, kann nur auf Zusatzakkus bauen – oder seinen Strom unterwegs selbst erzeugen. Mit diesem Zubehör geht das problemlos, gerade jetzt im Sommer.


Bild: Photojojo.com

LADEN WO DIE SONNE IST

Auf vielen Dächern hierzulande sieht man Photovoltaik-Anlagen, die aus Sonnenlicht Strom erzeugen. Das geht im kleineren Umfang auch für Smartphones. So zum Beispiel mit diesem Solarladegerät, das Sie einfach in die Sonne legen oder mit den Saugnäpfen ans Fenster heften. Nach ein paar Stunden Sonnenlicht haben Sie kostenlos Strom erzeugt, dessen Produktion kein bisschen CO_2 ausgestoßen hat. Weiterhin gibt es Solar-Rucksäcke, mit denen Sie beispielsweise beim Wandern Ihr Smartphone laden können. Beide Geräte sind für ca. 50 Euro bei diversen Anbietern erhältlich.

WIE BEIM FAHRRAD

Das Dynamo-Prinzip ist vom Fahrrad bekannt. Sie treten in die Pedale und die Lampen brennen. Genauso gibt es Dynamos, an die Sie auch Ihr Smartphone anschließen und somit durch Ihre Bewegungsenergie laden können. Wer gerade nicht Fahrrad fährt, kann mit einem Hand-Dynamo durch Kurbeln zumindest Energie erzeugen, bis das Handgelenk nicht mehr mitmacht. Solche Dynamos sind in der Preisspanne von 5 bis 30 Euro erhältlich.

MIT DER BRENNSTOFFZELLE

Das Gerät PowerTrekk ist zum einen ein klassischer Zusatzakku, kann aber auch aus einer kleinen Brennstoffzelle Strom erzeugen. Die Brennstoffzelle ist ein passives System, das ohne Lüfter oder Pumpe arbeitet. Zum Betrieb muss eine kleine Menge Wasser in eine Kammer gefüllt werden, dann wird der sogenannte Puck – eine kleine Zelle – eingelegt und der Ladevorgang beginnt. Der chemische Prozess soll sicher sein, kontrollierbar und umweltfreundlich. Einziges Nebenprodukt ist Wasserdampf. Wer mit dieser HighTech-Variante sein Smartphone laden will, muss allerdings mit 200 Euro Anschaffungspreis und zusätzlichen Kosten für weitere Pucks rechnen.

KAPAZITÄT REICHT OFT NICHT AUS

Viele Smartphones haben große Akkukapazitäten. Die vorgestellten Produkte reichen in der Regel nicht aus, um den Akku vollständig zu laden. Für eine Teilladung und damit für die Verbindung zur Außenwelt reicht die Kapazität aber allemal. Und das gute Gewissen für umweltfreundlich erzeugten Strom gibt es gratis dazu.

DIE NEUEN UND VERBESSERTEN AUFSTECKOBJEKTIVE FÜRS IPHONE

Aufsteckobjektive für das iPhone sind eine sinnvolle Erweiterung der Bildgestaltung. olloclip-Linsen sind jetzt in einer neuen Version erhältlich.

von Manou Wahl



Das olloclip-Set, die rote Weitwinkel bzw. Fisheye Linse lässt sich abschrauben, sodass man dann auf die beiden Makrolinsen zurückgreifen kann.

Der neue 4in1-Olloclip ist etwas größer und auch schwerer als sein Vorgänger. Die Linse wird mit einem Mikrofaser-Tragesäckchen, einem Adapter für den iPod Touch sowie zwei Linsenabdeckungen geliefert. Der Olloclip verfügt über eine Weitwinkel-, Fisheye-, 10x Makro- und 15x Makrolinse. Die 4in1-Linse präsentiert sich mit fein geschliffenen Optiken aus mehreren Elementen sowie aus hochqualitativem Aluminium. Die optisch verbesserten Linsen bringen in Form des Weitwinkel-Objektivs etwa doppelt so viel Motiv auf ein einziges Bild als bei normaler Abbildungsleistung. Die Fisheye-Linse verfügt über ein ca. 180° Sichtfeld, der typischen tonnenförmigen Verzeichnung und die beiden Makrolinsen sind mit jeweils 18 mm (10x) und 12 mm (15x) ausgestattet. Die beiden Objektiv-Tuben sind aus hochwertigem und langlebigem Aluminium gedreht und die optischen Linsen aus echtem, teilentspiegeltem Mineralglas geblasen. Dieses smarte Objektiv ist kleiner als ein Hausschlüssel und lässt sich leicht in der Jeans verstauen. Für Schnappschüsse prädestiniert!

Der olloclip wird einfach auf das iPhone aufgesetzt, um die optische Perspektive der Kamera direkt zu verändern. Das 10-fach Makro kann man durch Abschrauben des Fischauges benutzen, das 15-fach Makro durch Abschrauben des Weitwinkels.

SECHS VORSATZLINSEN

Weitwinkel, Fisheye, Makro, Tele, Polarisationsfilter – olloclip bietet mittlerweile sechs Vorsatzlinsen für das iPhone an.

Was kann die olloclip-Linse? Ist sie ihren Preis (ca. 70 Euro) wert?

Zunächst fällt auf, dass auch eine olloclip Linse trotz guter Verarbeitung ihre Schwächen hat. So ist sie inkompatibel zu fast allen iPhone-Schutzhüllen. Diese müssen also zuerst entfernt werden, um den olloclip auf das iPhone stecken zu können. Der olloclip sitzt dann allerdings sehr fest und präzise auf dem iPhone. Die Linsen-Effekte sorgen für eine Verschlechterung der Fotoqualität. Apple hat bei der innovativen Entwicklung seiner iPhones solche Effekte – wie diese Aufstecklinsen – nicht berücksichtigt. Der olloclip versteht sich als Premium-Produkt und sorgt für spannende Momente und witzige Snapshots. Die Qualität ist für Facebook, Instagram etc. ausreichend!

WEITWINKEL-FOTOS

Mit dem Weitwinkel passt deutlich mehr auf das Bild; Unschärfe, Verzeichnung und chromatische Aberration sind aber besonders zu den Rändern hin deutlich zu erkennen.

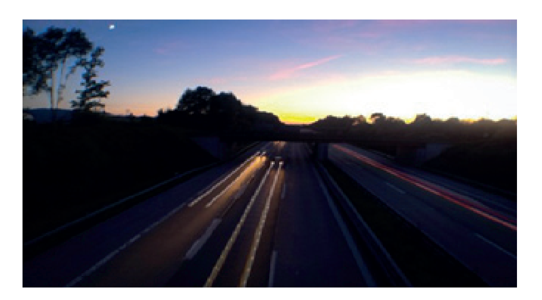


Dieses Foto wurde ohne die Weitwinkellinse geschossen, man sieht deutlich den Unterschied, allerdings auch in der Schärfe! Das Foto links entstand mit dem Weitwinkel-Objektiv.

Tolle Effekte kann man dann mit dem Weitwinkel und der App Slow Camera erzielen, wie die folgenden Fotos zeigen:

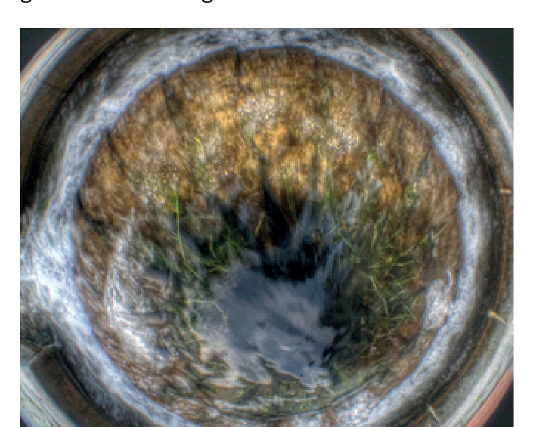


Bei beiden Fotos handelt es sich um eine Langzeitbelichtung bei schnell fahrenden Autos, so entstehen die Geschwindigkeitsstreifen! Empfehlenswerte App ‚Slow Camera' in Kombination mit dem Weitwinkel eine schöne Spielerei!



FISHEYE-FOTOS

Schöner Fisheye-Effekt, allerdings auch mit deutlichen Abbildungsfehlern. Das Fisheye eignet sich perfekt für die Umsetzung kreativer Ideen mit großem Spaßfaktor, wie die folgenden Fotos zeigen!





Mit dem Fisheye lassen sich außergewöhnliche Fotos erzielen, mein persönliches Highlight bei den Linsen – hier beeindruckende Impressionen am Chiemsee oder der kleine Brunnen. (unten links)

MAKRO-FOTOS

Jetzt kommen wir der Sache ganz nah und verwenden die Makro-Objektive.

Um die Makro-Einstellungen besser unterscheiden zu können, wurden vom Studiohaustier jeweils zwei Aufnahmen mit dem Makro 10x und Makro 15x geschossen. Man erkennt deutlich den Unterschied!





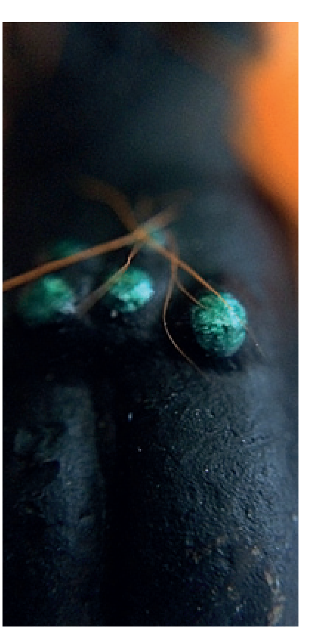
FAZIT

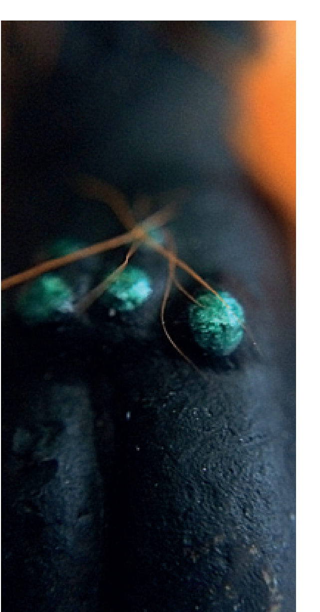
olloclip ist ein nettes und eines der interessantesten Zubehörprodukte für das iPhone. Es ist nicht zu vergleichen mit einem vollwertigen SLR-Objektiv. Ein nettes Spielzeug, das brauchbare Ergebnisse liefert und Spaß macht. Allerdings sollte man keine zu großen Erwartungen haben.

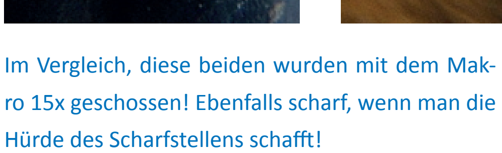
- Fisheye: Für kreative Köpfe ein lohnendes Spielzeug!!
- Weitwinkel: Hat Schwächen, aber auch hier kann man schöne Effekte erzielen!
- Makro 10x: Tolle Nahlinse, funktioniert gut! Mit dem Makro 15x gab's Scharfstellungsprobleme! Für iPhone Makro Enthusiasten ein ‚Must Have'!



Diese beiden Foto wurden mit dem Makro 10x geschossen, sehr scharf und detailreich!

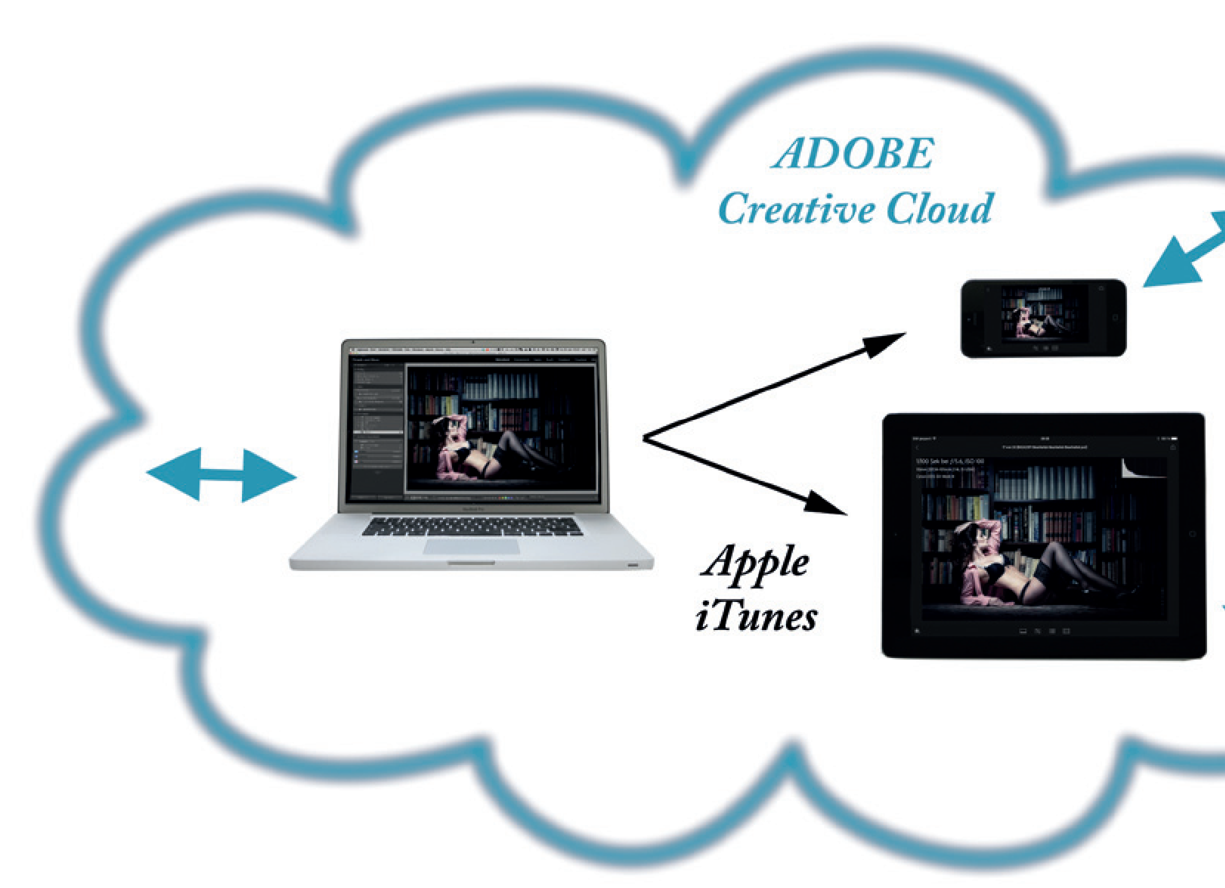






Im Vergleich, diese beiden wurden mit dem Makro 15x geschossen! Ebenfalls scharf, wenn man die Hürde des Scharfstellens schafft!

ADOBE LIGHTROOM UND IPHONE/IPAD: EINE GELUNGENE ZUSAMMENARBEIT



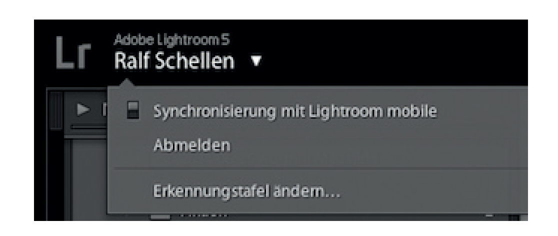
Gehören Sie zu den Fotografen, die zur Bildverwaltung und Bildbearbeitung das Tool „Lightroom" von Adobe auf Ihrem Computer einsetzen? Dann erfahren Sie in diesem Workshop, wie Sie Lightroom effektiv im Zusammenspiel mit iPhone/iPad nutzen können. Im ersten Teil wird die für iPhone/iPad verfügbare „Lightroom mobile" App vorgestellt, mit der Sie ihre Bilder bearbeiten können und Ihnen dann auch die Ergebnisse automatisch auf dem Computer zur Verfügung stehen. Das Synchronisieren und Managen von Bildern ist Inhalt des zweiten Teils und hilft Ihnen, Ihr Bilderportfolio auf dem iPhone/iPad unter Kontrolle zu halten. von Ralf Schellen

Seit April stellt Adobe eine Lightroom-App zur Verfügung, die viele Funktionen von Lightroom zur Bildbearbeitung auf dem iPhone/iPad beinhaltet. Für die Nutzung müssen Sie allerdings Abonnent von Adobe-Cloud sein, da die Synchronisation der Bilder bzw. Bildbearbeitungen über die Adobe Creative Cloud erfolgt – dies ist mit Kosten verbunden.

Das Zusammenspiel zwischen Lightroom auf dem PC/MAC und Lightroom Mobile auf dem iPhone/iPad erfolgt über Sammlungen. Diese können Sie wie gewohnt in Lightroom anlegen und dann freigeben. Dazu müssen Sie lediglich in der Bibliotheksansicht in der Sammlungsübersicht neben der ausgewählten Sammlung eine Checkbox anwählen.

Anschließend werden die Bilder über die Adobe Creative Cloud auf die mobilen Geräte, an denen Sie ebenfalls mit Ihrer Adobe-ID in Lightroom mobile angemeldet sind, automatisch übertragen – einen Internetzugang vorausgesetzt.

Alle Änderungen, die Sie an den Bildern vornehmen, werden selbstverständlich ebenfalls synchronisiert. Dies funktioniert in beide Richtungen, d.h. es lassen sich auch auf dem Smart Device Sammlungen anlegen und/oder Änderungen vornehmen, die dann Richtung Computer überspielt werden. Damit können Sie z.B. auf Ihrem iPad direkt etwa auf Reisen oder bei Kunden/Freunden Bilder bearbeiten und markieren, die Ihnen dann später auch auf dem Computer zur Verfügung stehen.

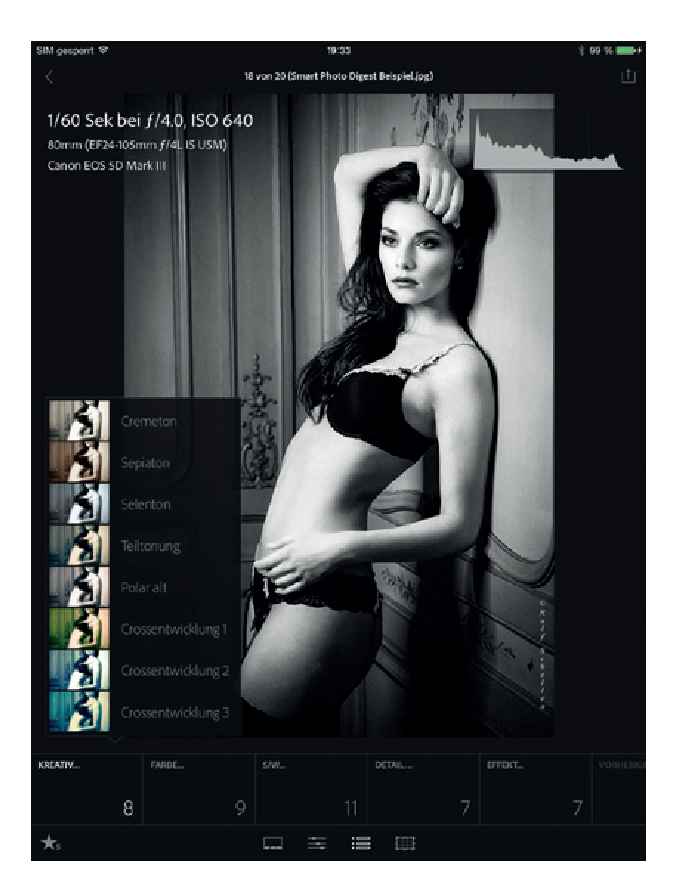


Um Lightroom Mobile nutzen zu können, melden Sie sich einmal auf Ihrem Computer in Lightroom mit Ihrer Adobe-ID an. (Beim Start von Lightroom mobile wird sofort nach der Anmeldung gefragt.)

MIT LIGHTROOM BILDER BEARBEITEN

Nachdem die erste Synchronisation erfolgt ist, können Sie sofort mit der Bildbearbeitung starten. Das Arbeiten selber in Lightroom mobile ist sehr intuitiv, und es werden auch Gesten unterstützt, z.B. Antippen mit drei Fingern zeigt in der Bildbearbeitung einen Vorher/Nachher-Vergleich. Neben den reinen Bildbearbeitungsfunktionen (Weißabgleich, Farbe, Belichtung …) können Sie die Bilder zuschneiden oder mit Vorgaben (S/W, Effekte … – siehe Bild) versehen. Für die Präsentation der Bilder wurde eine Diashow integriert; eine direkte Veröffentlichung in soziale Netzwerke ist gegeben.

Erwähnenswert ist auch, dass Sie bei einer Sammlung in Lightroom mobile einen „Auto-Import" aktivieren können. Dieser veranlasst, dass alle neuen Aufnahmen (z.B. der iPhone-Kamera) direkt in die Sammlung aufgenommen werden und anschließend auf den Computer synchronisiert werden.



Bearbeitungsoberfläche Lightroom mobile inkl. Anzeige der Bilddaten und des Histogramms auf dem iPad; hier mit Auswahl von Presets.

MIT LIGHTROOM BILDER VERWALTEN

iPad und iPhone sind ideale Geräte zur Präsentation von Bildern wie etwa von Urlaubsfotos im privaten Bereich oder das Portfolio eines Fotografen. Nur stehen die Bilder nach einem Kameraimport, z.B. in Lightroom, in der Regel auf dem PC bzw. MAC zur Verfügung und nicht auf dem Smart Device. Auch ist die Bildorganisation auf dem Smart Device nicht gerade komfortabel gestaltet. Abhilfe schafft hier der Veröffentlichungsdienst von Lightroom, mit dem Sie Bilder auf dem Computer zusammenstellen und gezielt in Alben publizieren können. Eine Bildverwaltung wird dadurch zum Kinderspiel.

1) Im ersten Schritt richten Sie in Lightroom einen Veröffentlichungsdienst für eine „Festplatte" ein. Dies erfolgt im Bibliotheksmodul in der Sektion „Veröffentlichungsdienst" mit Aufruf von „in den Veröffentlichungsmanager wechseln". Wichtig in diesem Schritt ist ein Verzeichnis auf der Festplatte festzulegen, das später unter iTunes zur Synchronisation genutzt wird. Konfigurieren Sie für jedes Device (iPad, iPhone, iPod) einen eigenen Dienst.

2) Anschließend legen Sie einen oder mehrere „Veröffentlichungsordner" an. Am einfachsten geht dies mit rechtem Mausklick auf den im Schritt 1 angelegten Veröffentlichungsdienst (siehe Bild Seite 71 oben links). Die Veröffentlichungsordner erscheinen dann später als eigenständige Alben im iPhone oder iPad.

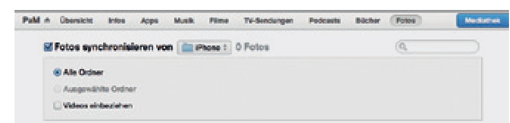
3) Damit ist die administrative Vorarbeit geleistet und Sie können nun Bilder aus der Rasterübersicht des Bibliotheksmoduls oder aus dem Filmstreifen in die neu angelegten Ordner im Veröffentlichungsdienst per „Drag and Drop" ziehen.



Mit „Veröffentl. Ordner erstellen“, lässt sich eine Ordnerstruktur erzeugen.

4) Wechseln Sie jetzt in den Ordner und Sie sehen alle Bilder, die für eine Veröffentlichung vorgesehen in der Übersicht „zu veröffentlichende neue Fotos“. Mit Klick auf den Button „Veröffentlichen“ werden die Bilder dann in eine weitere Übersicht überführt: „Veröffentlichte Fotos“. Damit wissen Sie später immer, welche Fotos bereits auf das mobile Gerät übertragen wurden. Gleichzeitig erfolgt ein physikalischer Export der Bilder in das unter 1) definierte Verzeichnis. Später lassen sich in diesem Schritt auch Fotos durch Löschen und erneutes Veröffentlichen wieder entfernen.

5) Im letzten Schritt synchronisieren Sie Ihr mobiles Device ganz normal mit iTunes. Stellen Sie dabei vorher sicher, dass Sie bei den iTunes-Einstellungen für die Synchronisation von „Fotos“ das im ersten Schritt konfigurierte Verzeichnis hinterlegt haben (siehe Bild o.re.).



iTunes synchronisiert alle Bilder, die im Beispiel im Windows/MAC-Festplattenordner „iPhone“ liegen.

Nach erfolgreichem Durchlaufen der einzelnen Schritte stehen Ihnen jetzt Alben mit den Bildern auf Ihrem mobilen Device unter der Standard-App „Fotos“ zur Verfügung. Bilder löschen oder neue hinzufügen managen Sie in Zukunft dann nur noch über den Veröffentlichungsdienst, in dem Sie wiederholt die Schritte 3 bis 5 ausführen.

FAZIT

Lässt man die Cloud-Abo-Politik von Adobe einmal außen vor, dann erhält man mit „Lightroom mobile“ eine sehr hilfreiche Ergänzung zu Lightroom. Im Detail sind einige Funktionen für die nächste Version noch wünschenswert wie etwa die Unterstützung von „virtuellen Kopien“, Synchronisation über WLAN oder Farblabels zur erweiterten Markierung.
Ein intensiveres Arbeiten macht allerdings aufgrund der Displaygröße nur auf dem iPad Spaß. Die Bildverwaltung mittels des Lightroom Veröffentlichungsdienstes ist sehr gut gelungen, nachdem man die Ersteinrichtung hinter sich gebracht hat. Damit gelingt es nachhaltig, die Fotos, die man sonst nur auf dem Computer hat, auch auf dem iPhone/iPad unter Kontrolle zu bekommen.

Allgemeine Informationen:
Die Lightroom App ist im Apple-Store kostenlos erhältlich. Adobe Lightroom:
http://www.adobe.com/Lightroom

Mit dem Ministudio und dem Smartphone entsteht ein Objektfoto, das für Auktionen und sonstige Internetverkäufe bestens geeignet ist.





AUKTIONSARTIKEL IM MINISTUDIO IN SZENE SETZEN

Damit Sie bei Ebay und Co. möglichst hohe Preise für Ihre Artikel erzielen, benötigen Sie gute Objektfotos. Das scheint manchmal leichter gesagt als getan! Oft stören Hintergrundelemente, Reflexionen und harte Schatten die Bildwirkung. Gerade kleinere Dachbodenfunde und ähnliche Gegenstände können Sie jedoch ohne großen Aufwand mit Ihrem Smartphone und einem einfachen Beleuchtungsaufbau recht professionell fotografieren – unser Workshop zeigt, wie es geht.

von Isolde Kommer

Das Wichtigste ist, dass störende Objekte und Hintergründe aus der Umgebung entfernt werden, sodass der Betrachter sich automatisch auf das fotografierte Objekt konzentriert. Weiterhin ist wichtig, dass der Gegenstand von gutem Licht umgeben ist, damit sich die Oberflächendetails des Artikels deutlich zeigen. Deshalb müssen Sie harte Schatten vermeiden.

Beide Voraussetzungen lassen sich erstaunlich leicht realisieren – mit ein paar wenigen Dingen, die Sie möglicherweise schon in Ihrem Haushalt oder in Ihrem Büro haben. Bauen Sie sich einfach auf einem an die Wand gerückten Tisch ein Mini-Fotostudio, in dem Sie Ihren Artikel fotografieren!

Hier wurde der Artikel einfach auf einer Tischplatte vor einer Wand fotografiert – das Ergebnis ist nicht besonders gut gelungen.



DAS MINISTUDIO AUFBAUEN

Als Erstes benötigen Sie einen nahtlosen, weißen Papierhintergrund. Solche Hintergründe werden auch von Profifotografen für die Porträt- und Objektfotografie verwendet. Wenn Sie einen solchen Hintergrund mit der entsprechenden Beleuchtung kombinieren, bleiben Ihnen nachträgliche Retuschearbeiten in Photoshop oder einem anderen Bildbearbeitungsprogramm ganz oder zumindest weitgehend erspart.

Für den weißen Papierhintergrund brauchen Sie zwei Bögen aus nicht zu dünnem Papier. Bei sehr kleinen Gegenständen genügt eventuell ganz normales Kopier- oder Druckerpapier; üblicherweise verwenden Sie jedoch weißen Plakatkarton mit einer Kantenlänge von ca. 60 x 50 cm. Sie erhalten diesen in jedem guten Bürobedarfsgeschäft.

Häufig glänzt eine Seite des Plakatkartons, während die andere matt ist. Nehmen Sie die glänzende Seite nach oben!

Die Oberkante des ersten Papierbogens befestigen Sie mit einem Klebestreifen über Ihrem Auktionsartikel an der Wand. Die Unterkante kleben Sie so auf den Tisch, dass das Papier – von der Seite betrachtet – einen Bogen bildet. Das zweite Papier, auf dem Ihr Gegenstand stehen wird, legen sie darauf. Die Abbildung zeigt, wie dies genau aussehen soll.

Der zweite Bogen liegt auf dem ersten – so bleibt die Überlappungsstelle im Foto unsichtbar.

Als Nächstes benötigen Sie eine Möglichkeit, Ihren Artikel von Licht zu umgeben. Dazu bauen Sie eine Art „Zelt“ aus weißem Material. Sehr gut



Der fertige Aufbau – nur die Beleuchtung fehlt noch.

geeignet sind dazu Hartschaumplatten, die Sie beispielsweise im Bürobedarf erhalten. Es gibt sie dort in Größen bis zu ca. 100 x 75 cm. Benötigen Sie größere Formate, fragen Sie in einem Fotogeschäft nach. Hier gibt es auch Hartschaumplatten, die auf einer Seite weiß und auf der anderen schwarz sind. Mit der weißen Seite können Sie das Licht reflektieren, während die schwarze Seite das Licht schluckt, sodass weniger Licht auf Ihr Objekt fällt.

Möchten Sie überhaupt kein Geld ausgeben, können Sie selbstverständlich auch ein beliebiges anderes weißes Plattenmaterial verwenden oder anders gefärbte Platten bzw. Kartonstücke mit weißem Papier oder Stoff bespannen. Bauen Sie sich aus dem weißen Plattenmaterial zwei V-förmige Winkel und stellen Sie sie rechts und links von Ihrem Objekt auf. Das Ganze decken Sie schließlich mit einer weißen Platte ab.

IN LICHT GETAUCHT

Der Beleuchtungsaufbau der Szene ist recht einfach: Sie benötigen zwei Lampen – im besten Fall mit neutraler Lichtfarbe. Gut geeignet sind etwa Halogen-Schreibtischlampen. Die eine richten Sie exakt in das linke V-förmige Element, die andere in das rechte. Das Wichtigste ist dabei, dass Sie nicht das Motiv selbst beleuchten, sondern dass das Licht quasi von den weißen Elementen abprallt und von dort auf das Motiv geworfen wird. Es gibt keine Hintergrundschatten, sodass Sie sich, wie gesagt, eine Nachbearbeitung am PC höchstwahrscheinlich sparen können. Das Motiv wird durch die Anordnung der Lampen komplett von Licht umgeben.

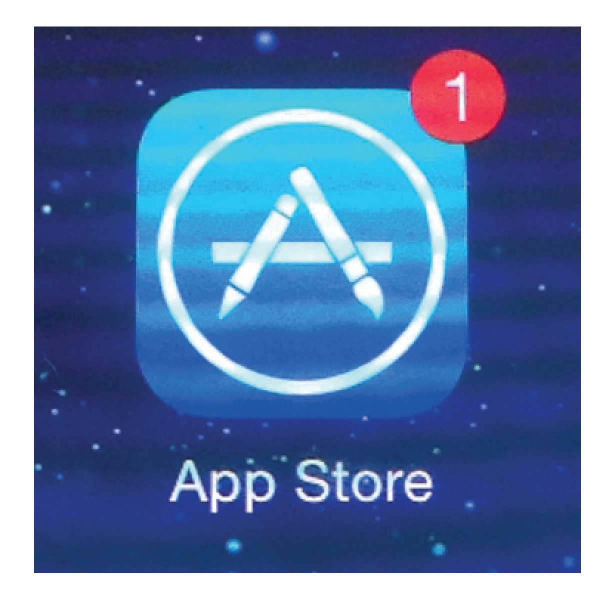
FOTOGRAFIEREN

Zum eigentlichen Fotografieren sollten Sie Ihr Smartphone auf ein Stativ setzen – solche Ministative erhalten Sie schon für unter 20 Euro. Achten Sie darauf, dass Sie Ihren Artikel von so vielen verschiedenen Seiten fotografieren wie möglich, denn – wie Sie sicherlich gemerkt haben – der Aufbau des Ministudios kostet am meisten Zeit. Und denken Sie darüber nach, ob Sie nicht gleich mehrere Artikel fotografieren, auch wenn Sie diese erst später verkaufen möchten. Denn dann hat sich der Aufwand bestimmt gelohnt.

APP-TO-DATE

(ts) Viele Apps, die wir in den letzten Ausgaben vorgestellt haben, bekamen in den letzten Wochen interessante neue Funktionen. Hier ein Überblick über die aktuellen Updates:

- Instagram hat jetzt zehn neue Filter und bei allen Filtern lässt sich die Stärke individuell anpassen.
- Picjerry hat seit dem letzten großen Update auf die Version 2.0 einige kleine Updates nachgeschoben. So wurden Sicherheitslücken geschlossen und das Hauptmenü überarbeitet. Außerdem können nun auch private Fotoalben angelegt werden, die mit Freunden geteilt und in sozialen Netzwerken geteilt werden können. Die Android-Version lässt weiterhin auf sich warten.
- Besitzer eines Samsung Galaxy-Geräts mit optischem Zoom (S4 Zoom und K Zoom) können demnächst eine angepasste Version der App für den Kurzvideo-Dienst Vine nutzen. Die App unterstützt dann den Zoom der Geräte und erlaubt so weitere interessante Gestaltungsmöglichkeiten.
- Lange wurde sie erwartet: Fotolia Instant ist jetzt auch als Android-App verfügbar. Damit können Android-Nutzer ab sofort ihre besten Bilder bei Fotolia einstellen und verkaufen. Weiterhin läuft der Instant Contest für das meistverkaufte Smartphone-Foto 2014. Selbstverständlich können sowohl iPhone- als auch Android-Nutzer teilnehmen. Damit die iPhone-Nutzer nicht wegen der längeren Laufzeit automatisch im Vorteil sind, werden die Fotos nach Betriebssystem getrennt gewertet.
- Kein Update, dafür komplett neu ist die Fotolia App fürs iPad. Mit ihr lassen sich auf dem Tablet alle lizenzfreien Fotos, Illustrationen und Vektorgrafiken aus der mehr



als 28 Millionen Dateien umfassenden Bilddatenbank von Fotolia suchen, kaufen und teilen.
- Jetzt auch für Windows Phone: Adobe Photoshop Express. Mit dem Release ist eine der besten Apps zur Bildbearbeitung auf dem Smartphone jetzt für Lumia und Windows Phone verfügbar. Mit Adobe Photoshop Express können Smartphone-Fotografen ihre Fotos noch unterwegs schnell und unkompliziert bearbeiten, witzige Elemente hinzufügen und die Bilder mit ihren Freunden teilen. In der ansonsten kostenlosen App können Heavy User durch In-App-Käufe weitere Funktionen und Effekte für ihre Aufnahmen freischalten.



ANSCHLUSS FINDEN: KAMERAS ETC. ANS SMARTPHONE/TABLET ANSCHLIESSEN

Googles Mobilsystem Android basiert im Kern auf Linux und teilt sich viele Funktionen mit dem Desktop-Betriebssystem. Eine der nützlichsten davon ist die Möglichkeit, externe Geräte per USB-Kabel an das Smartphone oder Tablet anzuschließen. Damit greifen Sie beispielsweise auf Funktionen Ihrer Kamera zu oder übertragen Bilder von einem SD-Kartenleser auf Ihr Android-Device.

von Boris Hofferbert

Viele Android-Geräte unterstützen das so genannte USB-OTG („USB On-the-Go“) bereits ab Werk. Ist dies der Fall, können Sie alle möglichen USB-Geräte wie beispielsweise Mäuse, Tastaturen, USB-Sticks oder eben eine Kamera mit dem Smartphone oder Tablet verbinden und mit passenden Apps darauf zugreifen. Das funktioniert mit fast allem, wozu der in Android verwendete Linux-Kernel die nötigen Treiber bereithält. Alles, was Sie dazu benötigen, ist ein so genannter USB-OTG-Adapter, den es bereits für unter 5 Euro bei Onlinehändlern zu kaufen gibt. Diese schleifen den USB Typ-A-Stecker, mit dem Geräte für gewöhnlich an PCs angeschlossen werden, an den Micro-USB-Port des Android-Geräts durch, der sonst zum Laden des Akkus genutzt wird. Die Möglichkeiten, die sich damit ergeben, sind nahezu grenzenlos. So können Sie Ihr Android-Gerät vergleichsweise komfortabel mit Mouse und Tastatur bedienen, was vor allem bei Tablets ein Komfortplus ist. Schließen Sie eine Kamera oder einen SD-Kartenleser per USB-Kabel an, bieten Apps wie Nexus Media Importer oder auch Dateiexplorer wie der ES File Explorer die Möglichkeit, die Fotos direkt auf

dem Touchscreen zu betrachten, zu importieren und mit entsprechenden Apps zu bearbeiten. Auf diese Weise können unterwegs geschossene Fotos im Handumdrehen mit SnapSeed oder Photoshop Touch optimiert und direkt in sozialen Netzwerken oder Cloud-diensten geteilt werden.

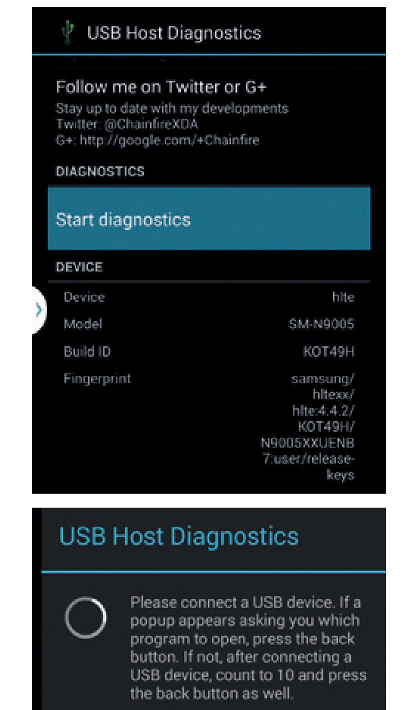
Der Haken: Nicht alle Android-Geräte bieten alle nötigen Voraussetzungen, um externe USB-Geräte zu verwenden. Ein populäres Negativbeispiel dafür ist das Google Nexus 4, dessen USB-Port nicht die nötige Spannung liefert und damit keine Stromversorgung für USB-Stick, Kamera und Konsorten bietet (das aktuelle Nachfolgemodell Nexus 5 kann USB-OTG hingegen). Um herauszufinden, ob Ihr Smartphone oder Tablet OTG-fähig ist und welche Funktionen es im Detail unterstützt, bietet der Google Play Store eine Reihe von Hilfen. Wir zeigen Ihnen, wie Sie die USB-Fähigkeiten Ihres Androiden ermitteln können. Dafür benötigen Sie lediglich einen OTG-Adapter.

1. OTG-Diagnose-App installieren

Ein guter Anlaufpunkt ist die Gratis-App USB Host Diagnostics von Chainfire, die Sie im Google Play Store finden. Installieren Sie die App auf dem Smartphone oder Tablet und klicken Sie auf „Start Diagnostics".

2. USB-GERÄTE ANSCHLIESSEN

Tippen Sie nun auf „OK". Die App beginnt dann mit dem ersten Teil der Analyse. Anschließend werden Sie aufgefordert, ein USB-Gerät per



Mit der App USB Host Diagnostics finden Sie heraus, ob Ihr Smartphone oder Tablet für den Anschluss von USB-Geräten bereit ist.

Kabel anzuschließen. Am besten verwenden Sie dafür einen USB-Stick, da diese bei OTG-fähigen Geräten faktisch immer erkannt werden.

Wenn Android Sie nach dem Anschluss auffordert, eine App auszuwählen, haben Sie gute Karten, dass die meisten OTG-Geräte mit Ihrem Smartphone oder Tablet genutzt werden können.

3. USB-OTG-APP INSTALLIEREN

Auf gerooteten Android-Geräten verlangt USB Host Diagnostic nach Root-Rechten, um erweiterte Diagnosen durchzuführen. Haben Sie den Rootzugang auf Ihrem Smartphone oder Tablet eingerichtet, können Sie auf diese Weise noch mehr Infos aus dem Gerät herauskitzeln. Doch auch ohne diese Extras erhalten Sie am Ende eine Zusammenfassung der OTG-Fähigkeiten Ihres Androiden.

Die einfache Faustregel: Umso mehr „Yes" Sie hier sehen, desto besser. Wichtig ist vor allem, dass unter „3rd party apps" der Eintrag „Full" zu sehen ist, damit alle Apps auf angeschlossene USB-Geräte zugreifen können.



AUF IN 360-GRAD-DIMENSIONEN MIT GOOGLE MAPS VIEW

Wer eigene 360-Grad-Panoramen öffentlich zeigen oder unbekannte Orte entdecken möchte, ohne jemals da gewesen zu sein, kann das mit Google Views. Loslegen und mitmachen können auch Smartphone-Fotografen. Zusätzlich zu den bereits bekannten Street View-Touren können sie Google Maps mit ihren eigenen virtuellen 360-Grad-Eindrücken bereichern. Google Maps Views zeigt uns 360-Grad-Ansichten von Plätzen auf der ganzen Welt: Herausragende Landschaften wie den Grand Canyon, Sehenswürdigkeiten in Deutschland, Fußballstadien, einzigartige Stätten des UNESCO-Weltkulturerbes oder auch ganz alltägliche Orte.

von Sandra Boerma

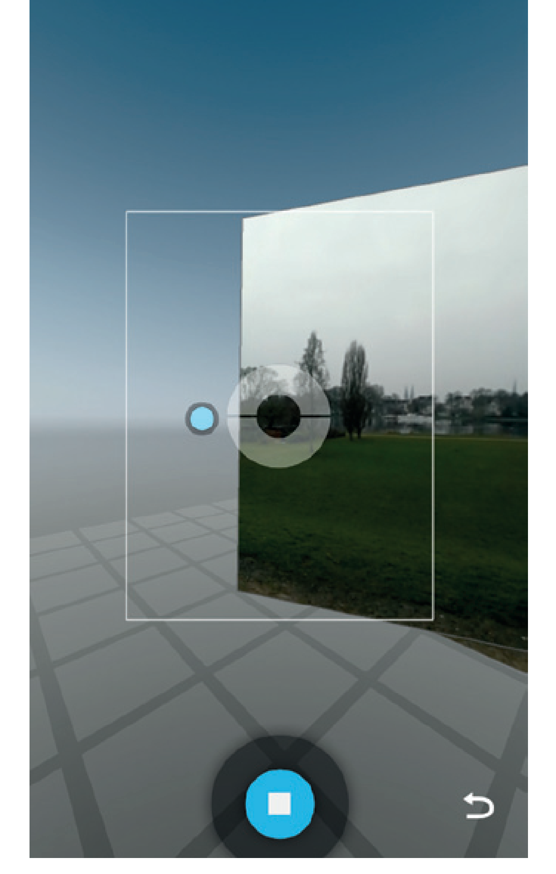


Insgesamt ein toller Schritt von Google für Smartphone-Fotografen, der begeistern kann. Hier kann man sich kreativ ausleben, seinen „digitalen Fotoabdruck“ erweitern und am Ausbau von Google Maps mitwirken. Probieren Sie es aus! Sie werden Ihre Freude haben.

Für Smartphone-Fotografen ist Views ein Street View zum Mitgestalten. Das Fotografieren von Panoramen macht Spaß und die Aufnahmen erlauben eine große Portion Kreativität. Voraussetzung hierfür sind ein geeignetes Android-Smartphone (für die entsprechende Google-App ab Android 4.4 KitKat), natürlich die Begeisterung, aktiv an der Erstellung weltweiter 360-Grad-Ansichten mitzuwirken und ein wenig Übung. Die Erstellung der Aufnahmen ist ebenfalls mit DSLR-Kameras möglich – wir wollen uns hier allerdings auf Möglichkeiten mit der handlichen Variante mit Smartphones für Google Views fokussieren.

TECHNISCHE VORAUSSETZUNGEN MÜSSEN GEGEBEN SEIN

Die 360-Grad-Panoramen, mit denen der Betrachter sich nicht nur nach links und rechts, sondern auch nach oben und unten drehen kann, können am Smartphone im sogenannten Photo Sphere-Modus erstellt werden. Die App fügt mehrere einzelne in Rundumsicht aufgenommene Bilder zu einer Panorama-Ansicht zusammen. Ein hochwertiges Gerät zur Hand genommen und los geht‘s.
Um die Aufnahmen im Photo Sphere-Modus vornehmen zu können, empfiehlt sich die Google Kamera-App in der aktuellen bei Google Play verfügbaren Version. Diese ist kompatibel mit Smartphones und Tablets mit Android 4.4 KitKat und höher. Des Weiteren sollte laut Google das Smartphone mindestens 1 GB Arbeitsspeicher aufweisen und für Photo Sphere und Panoramen über einen Gyroskopsensor für Photo Sphere und Panorama verfügen.



Der gesamte Bildbereich wird einzeln fotografiert, die Aufnahmen später zum Panorama zusammengefügt.

WIE WERDEN DIE AUFNAHMEN ERSTELLT?

Die einwandfreie Erstellung der Panoramen setzt Zeit und ein wenig Training voraus. Halten Sie das Gerät vertikal und relativ dicht am Körper, so dass das Display gut zu sehen ist. Der blaue Punkt sollte dabei in dem jeweiligen Kreis am Display angezeigt werden. Zum Starten zielen Sie auf den ersten blauen Punkt und drehen sich von hier einfach im Kreis von Punkt zu Punkt weiter, bis der erste Rundumblick der Aufnahme beendet ist. Bei jedem Punkt erstellt Photo Sphere ein Bild. Im Anschluss müssen nach unten und nach oben gekippte Aufnahmen (wieder im Kreise drehen) hinzugefügt werden. Nach Beendigung mit der blauen Stopptaste wird die Aufnahme automatisch in eine Photo Sphere-Aufnahme umgewandelt.

Bei einer ungeübten Hand werden sich am Anfang ein paar Fehler finden, die sich mit ein wenig Probieren nach und nach reduzieren. Während der Aufnahme ist es möglich, jeweils das letzte Bild des Panoramas zu korrigieren. Die wichtigsten Tipps – basierend auf eigenen Erfahrungen und von Google öffentlich benannten Hinweisen – für die ersten Panoramaaufnahmen:

- halten Sie das Smartphone auf Augenhöhe und nah am Körper
- halten Sie das Smartphone so ruhig wie möglich oder verwenden Sie ein Stativ
- bleiben Sie während der Aufnahme auf genau demselben Fleck stehen, während Sie sich im Kreise drehen



Sind nicht alle Bereiche korrekt erfasst, ...

- bewegen Sie das Smartphone selbst soweit möglich nicht nach oben oder unten
- achten Sie darauf, dass das Smartphone genau vertikal fotografiert.

Während des Fotografierens ist es leider nicht immer eindeutig erkennbar, ob die Kamera alle Punkte korrekt erfasst hat. Wird das Smartphone vertikal gehalten, zeigen sich auf jeden Fall bessere Ergebnisse als in der horizontalen Ausrichtung, denn hierbei kann der obere oder untere Bereich mehr „nicht fotografierte Bereiche“ aufweisen.

Je näher der Fotograf an den aufzunehmenden Objekten steht, umso stärker fallen unsaubere Kanten beziehungsweise kleine Veränderungen beim Halten der Kamera auf. Schwierig sind auch Objekte, die sich bewegen.

Das Arbeiten mit Photo Sphere ist gleichzeitig kreative Spielerei und Fotografie. Schließlich gibt es bei diesen Aufnahmen fast unendlich viele Möglichkeiten: Wie ist das Licht und das Wetter? Wo wird das Panorama aufgenommen? Wo positioniert sich der Fotograf bei der Aufnahme selbst, um bestimmte Dinge in den Vordergrund zu rücken? Ein wenig herumzuprobieren lohnt sich, und die Aufnahmen werden von Mal zu Mal besser. Dabei kann jeder, der Interesse hat, tolle Ergebnisse erzielen. Ob man die Aufnahmen einfach für sich erstellt, diese teilen oder bei Google Maps zur Verfügung stellen möchte – es macht Laune, einfach loszulegen und eine neue, gestalterische Welt der Fotografie kennenzulernen.

TEILEN, TEILEN, TEILEN

Panorama-Fotografie lebt auch vom Teilen und von der Inspiration des Miteinanders. Als Fotograf möchte man seine Arbeit zeigen. So lassen sich auch viele Tipps und Anregungen finden, an die man sonst selbst vielleicht nicht gedacht hätte.

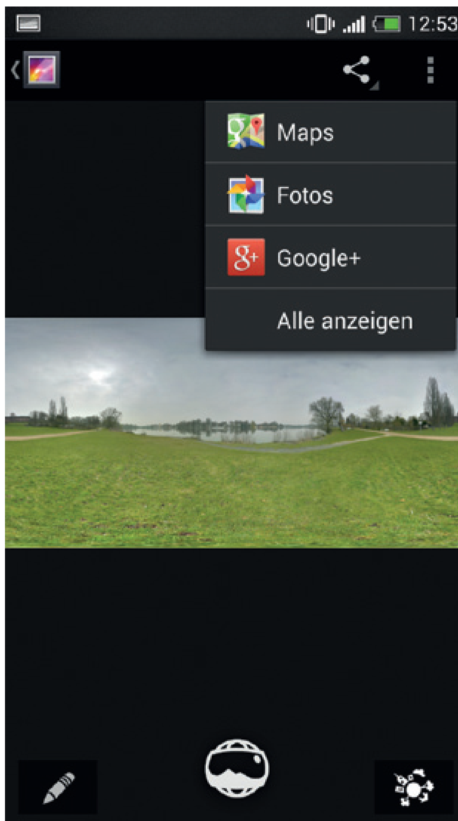


zeigt die Aufnahme schwarze Flecken, ...



... oder die Aufnahmen werden unsauber.



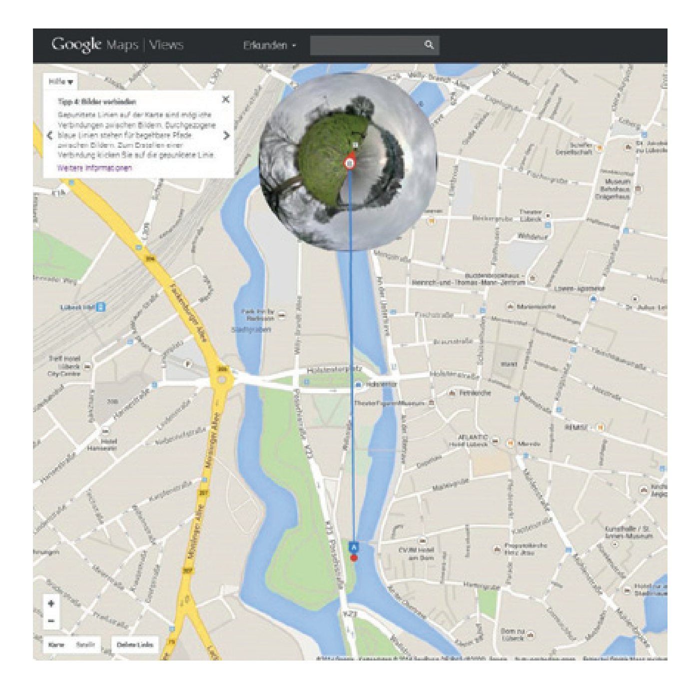


Die Photo Sphere-Aufnahmen lassen sich direkt in der Kamera-App teilen.

Grundsätzlich können die Photo Sphere-Aufnahmen bei Google+, in Google Drive und mit gmail-Empfängern geteilt werden – also kurz gesagt innerhalb der Google-Welt. Im JPG-Format können diese natürlich auch an jeden Empfänger weitergeleitet werden.
Nach dem Hochladen auf Google+ ist es zudem möglich, die Views in gewünschte Webseiten einzubetten und dort zu präsentieren.

EIGENE ARBEITEN FÜR GOOGLE MAPS EINREICHEN

Aufmerksame Betrachter werden schon gemerkt haben, dass seit letztem Jahr Fotos ein ganz wesentlicher Bestandteil von Google Maps geworden sind. Wir entdecken nicht nur einzelne Orte, sondern fliegen quasi von Ort zu Ort und zoomen uns dann nah heran – in vielen Fällen sogar bis in Gebäude hinein.
Diese Karte weiter wachsen zu lassen, ist eine gigantische Aufgabe, bei der Google in der Views Community begeisterte Fotografen einlädt, die Materialien einfach aus Spaß an der Sache liefern möchten und somit ein Teil des Ganzen werden.
Eigene Arbeiten können bei Google Maps auf www.google.com/maps/views eingereicht werden, wenn man über ein Google+-Konto verfügt. Der Vorteil dieser Verknüpfung für Fotografen liegt darin, dass Google korrekt anzeigt, wer die jeweilige Panoramaaufnahme erstellt hat und auf das Google+-Profil der Fotografen als Quellenangabe verlinkt.
Weitere Bedingungen für die Verwendung der eigenen Bilder in Google Maps sind Standortangaben in den Bildern (im Smartphone Zugriff auf die Standortangaben zulassen) und natürlich der 360-Grad-Blickwinkel. Zudem sollten die Panoramen den Richtlinien von Google entsprechen. So können Sie Ihre



Bei Google Maps Views können die einzelnen erstellten Panoramen direkt verbunden werden.

Panoramen einfach unter Verwendung Ihres Google+-Kontos bei Google Maps hochladen.
Sobald das Panorama bei Google freigeschaltet wurde, erhalten Sie eine Benachrichtigung und finden Ihr Panorama nun bei Google Maps in der unteren Anzeige bei den passenden Bildern zum jeweiligen Ort.
Einzelne Panoramen, die bei Google Maps zur Verfügung gestellt werden sollen, können ebenso auf dem Google Maps Views-Portal gefunden, ausgewählt und veröffentlicht werden. Hier sind auch die jeweiligen Fotografen-Views-Profile und der Fotografenlink zum entsprechenden Google+-Profil sichtbar. Bei Views zeigt Google auch besonders beliebte Photo Sphere-Panoramen als Highlights an.
Zu beachten ist natürlich, dass durch das öffentliche Hochladen bei Google Maps keine Rechte – wie zum Beispiel Persönlichkeits- oder Hausrechte – verletzt werden sollten.

FÜR FORTGESCHRITTENE

Ebenso wie man bei Street View von Punkt zu Punkt navigieren kann, ist es möglich, virtuell eine Verbindung zwischen einzelnen Photo Spheres herzustellen. Die Anzeige bei Views auf das eigene Profil oben rechts ermöglicht es, einzelne Aufnahmen (Bilder) auszuwählen und zu verbinden.
In der jeweiligen Karte werden die einzelnen Photo Sphere-Punkte als Buchstaben mit blauem Hintergrund und bereits bestehende Street View-Punkte als gelbe Punkte angezeigt. Sowohl der Standort der Aufnahme als auch die Ausrichtung der einzelnen Photo Spheres als Luftbild können, wenn nötig, noch individuell ausgerichtet werden. Google empfiehlt hier, einen markanten Punkt in der Erstansicht deutlich anzeigen zu lassen. Bei der Ausrichtung der Himmelsrichtung kann die Ansicht der Satellitenaufnahme Orientierung geben.
Eine Navigation von Photo Sphere zu vorhandenen Street View-Ansichten ist ebenfalls möglich, nicht jedoch andersherum. Verbindungen können nur dort hergestellt werden, wo man sich wirklich in der realen Welt bewegen könnte.
Mit Photo Sphere hat man auch die Möglichkeit, erstellte Fotografien zu bearbeiten und zudem die eigenen Bilder mit der Tiny Planet-Funktion kreativ „als kleinen Planeten lebendig werden zu lassen“.



Den Rundumblick behalten

Ein einzelnes Foto einer Landschaft oder einer Stadt? Das sagt oft nicht viel über den Ort aus, an dem es aufgenommen wurde. Ganz anders ist der Eindruck einer 360-Grad-Aufnahme. Selbstverständlich gibt es auch für das iPhone die passenden Apps.

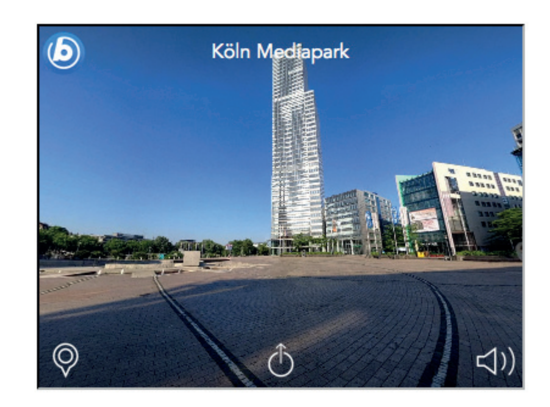
von Bettina Blaß

Rundum-Aufnahmen sind längst kein Hexenwerk mehr. Wer sich dafür interessiert, braucht nichts weiter als sein iPhone. Im Grunde dreht man sich mit dem Gerät in der Hand um dessen Achse und macht sehr viele Bilder, die dann automatisch von der App zusammengesetzt werden. Das funktioniert mal mehr, mal weniger gut. Schwierig wird es immer dann, wenn sich am Ort des Geschehens etwas bewegt – wenn also Menschen hin und her gehen oder der Verkehr fließt. Dann besteht immer die Gefahr, dass man eine Art Bild-Fehler hat, also beispielsweise ein halbes Auto im Bild ist oder ein Fußgänger gleich

mehrfach durch selbiges läuft.
Darum sind 360 Grad-Aufnahmen dort besonders gut zu machen, wo es nicht zu viel Bewegung gibt.

BUBBLI

Eine App, mit der es sehr einfach ist, 360-Grad-Panoramen aufzunehmen, ist Bubbli. Damit das Panorama gelingt, hält man das iPhone quer und schwenkt es um seine eigene Achse von oben nach unten und wieder nach oben. Dabei bewegt man sich selbst in einem kleinen Kreis. Die Kamera zeigt, ob man alle Stellen abgelichtet hat und setzt im Anschluss das Panorama zusammen. Das Ergebnis lässt sich im Anschluss auf Facebook, Twitter oder Pinterest teilen oder in ein Blog einbauen.
http://bubb.li



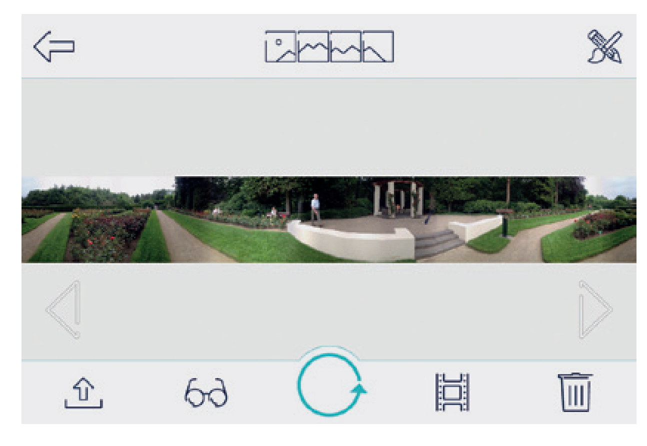
Bubbli macht Panoramen sehr einfach.

YOUSPIN

Mit YouSpin lässt sich außer einem Panorama wie mit Bubbli auch ein Objekt so fotografieren, dass der Betrachter es von allen Seiten ansehen kann. Dazu wählt man die Option „Product" und macht bis zu 49 Bilder vom besagten Objekt aus allen möglichen Perspektiven. Die App setzt diese Bilder zusammen, das Ergebnis ist ein interaktives Bild, das man mit dem Finger oder der Mouse drehen kann. Wer das Panorama nachträglich bearbeiten möchte oder es mit Effekten verändern will, muss die kostenpflichtige Version kaufen. Das fertige Panorama lässt sich auf Twitter und Facebook teilen.
http://youspin.co

CYCLORAMIC

Cycloramic kostet 1,79 Euro. Man bewegt dabei das iPhone auf einer Linie, die Fotos werden automatisch gemacht und am Ende zusammengesetzt. Dieses Ergebnis lässt sich wiederum in ein kurzes Video umwandeln, das man über Instagram oder Facebook teilen


Mit Cycloramic dreht sich das iPhone von selbst.

kann. Wer ein iPhone 5 hat, kann sogar eine sogenannte Handsfree-Aufnahme machen, bei der sich das Handy durch Vibration um sich selbst dreht und dabei das Panorama aufnimmt. Allerdings muss dazu die Oberfläche, auf die man das Handy stellt, sehr glatt sein. Bleibt es hängen, kann man es antippen, um es wieder in Bewegung zu bringen. Im Selbsttest der Redaktion klappte dies auch mit einem iPhone 4S – allerdings nur, wenn man mehrmals durch Fingertippen nachhalf.
http://cycloramic.com/

WEITERE APPS

Photosynth oder Autostitch ermöglichen auch 360 Grad Bilder. Dabei bewegt man das iPhone immer so weit, bis ein grüner Rahmen angezeigt wird. Ist dies der Fall, macht der Nutzer ein Bild. Hat er alle notwendigen Bilder gemacht, setzen die Apps das Panorama zusammen.
Automatisch macht dagegen die App 360 Panorama die Bilder. Sie kostet 89 Cent. Trotz dieser Erleichterung ist es jedoch sehr schwierig, damit ein sauberes Panorama zu erzeugen, weil die Übergänge sich sehr oft überschneiden oder nicht treffen.
Allerdings hat diese App eine weitere und durchaus interessante Funktion: Wer die Funktion Stereografisch wählt, bekommt eine Ansicht, die an die Weltkugel erinnert, wie das Titelbild auf der vorherigen Seite zeigt.



360 Panorama patzt manchmal bei den Übergängen.

http://www.photosynth.net/
http://www.autostitchiphone.com/
http://occipital.com/360

BESSERE VIDEOS

(ts) Beinahe jedes Smartphone taugt auch als Ersatz für die Videokamera. Und auch für die Videoaufnahme gibt es interessante Apps. Ein paar Highlights stellen wir Ihnen hier vor.



■ Für 4,49 Euro ist FilMiC Pro erhältlich (nur iOS). FiLMiC Pro ermöglicht Aufnahmen mit 4-fach-Zoom in Echtzeit und gibt Ihnen die volle Kontrolle über Fokus und Belichtung, Bildfrequenzen und Weißabgleich. Außerdem bietet FiLMiC Pro eine Vielzahl professioneller Tools wie Audiometer, Histogramm und Masken für unterschiedliche Seitenverhältnisse. Diese App hat alles, was Sie brauchen, um Ihren eigenen Kinofilm, eine Reportage, ein Musikvideo oder einen Reisebericht zu filmen. Es gibt in der App so viele Einstellungsmöglichkeiten, dass der Platz hier nicht ausreicht, sie auch nur annähernd aufzulisten.



■ Gegen Videos im falschen Format gibt es ein einfaches Mittel: Horizon. Diese App sorgt dafür, dass Ihre Videos immer im Querformat aufgenommen werden. Dabei ist es egal, wie Sie Ihr iPhone halten und welche der beiden Kameras Sie benutzen. Das Gerät kann sogar während der Aufnahme gedreht werden, im Video merkt man davon nichts. Horizon kostet 0,89 Euro.



■ Bambuser lässt Sie Videostreams direkt vom Smartphone ins Internet übertragen. Das geht entweder über das Mobilfunknetz (UMTS sollte vorhanden sein) oder über ein WLAN. Vor der ersten Übertragung müssen Sie unter www.bambuser.com einen Account anlegen, danach steht der Liveübertragung nichts mehr im Weg. Die App ist für Android und iOS erhältlich.

LANGWEILIGE FOTOS MIT POP-ART-FILTER AUFPEPPEN

In jeder Fotosammlung gibt es Schnappschüsse, die eigentlich technisch zu unperfekt oder inhaltlich zu nichtssagend sind, um archiviert zu werden. Trotzdem fällt es schwer, sich von ihnen zu trennen – möglicherweise weil unterschwellig Potenzial in den Bildern steckt. Mit einem Pop-Art-Filter lässt sich dieses Potenzial nutzen.

von Christian Rentrop

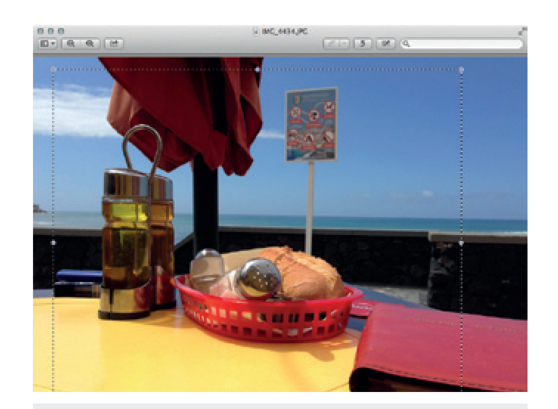

Aus einem banalen Motiv ...

Die Smartphone-Fotografie hat das Fotografieren zu einem Volkssport gemacht: Die Kamera ist immer dabei und Speicher kostet nichts, weshalb viele iPhone- und Android-Nutzer lieber einmal zu oft als einmal zu selten auf den Auslöser drücken. Das Resultat sind reihenweise Bilder, die nicht wirklich überzeugen: Das Licht stimmt vielleicht nicht, eventuell ist auch der Bildausschnitt oder Aufnahmewinkel nicht überzeugend. Oder das Foto ist verwackelt und unscharf. Das Motiv hingegen stimmt meist schon irgendwie – schließlich war da beim Fotografieren ja diese Idee im Kopf – nur das Resultat, das überzeugt nicht wirklich. Zum Glück gibt es Mittel und Wege, aus halbgeglückten Bildern wahre Meisterwerke zu schaffen. Alles, was dazu nötig ist, ist die Web-App „Pop Art Photo Maker“, die solche Fotos mit wenigen Klicks zum künstlerisch wertvollen Wandschmuck aufpeppt.



... wird mit wenigen Klicks ...

... ein attraktiver Wandschmuck.

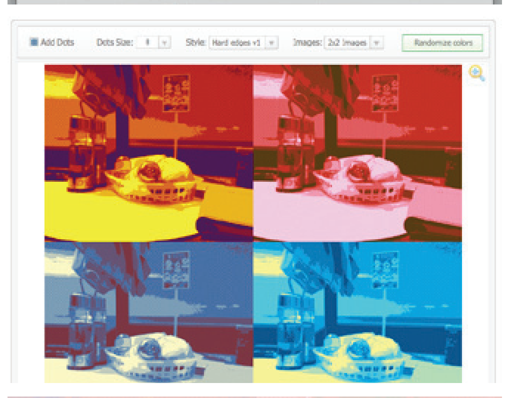


1. BILD FÜR DEN POP-ART-FILTER VORBEREITEN

Zunächst sollten Sie das halbgeglückte Foto genauer inspizieren und gegebenenfalls korrigieren. Vor allen Dingen sollte es sinnvoll beschnitten werden, damit nur der wichtigste Inhalt des Bildes später auf dem Pop-Art-Bild erscheint. Legen Sie das beschnittene Bild anschließend auf dem Desktop ab.

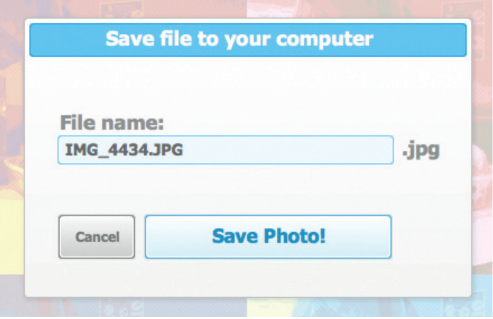
2. POP-ART PHOTO MAKER AUFRUFEN UND BILD HOCHLADEN

Rufen Sie jetzt die Internetseite http://anymaking.com/fun-pop-art-photo-maker-effects auf und klicken Sie in dem weißen Feld auf „Click here to upload photo“. Wählen Sie das Bild auf Ihrem PC oder Mac aus und bestätigen Sie den Upload. Das Bild wird hochgeladen und sofort mit einem Pop-Art-Filter versehen.



3. POP-ART-FILTER ANPASSEN

Den vorgegebenen Filter können Sie jetzt noch anpassen: Oberhalb des Bildes finden Sie eine Leiste mit mehreren Funktionen: So lassen sich Rasterdruck-Punkte ein- und ausschalten und in der Größe definieren, zudem können verschiedene Stile der Bildberechnung ausgewählt werden. Zu guter Letzt kann noch das Bildraster geändert werden, hier können Sie ein Einzelbild, ein 2x2 oder ein 3x3-Raster auswählen.

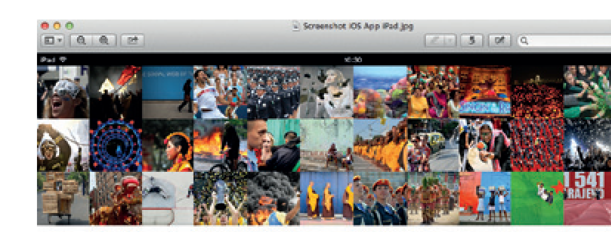


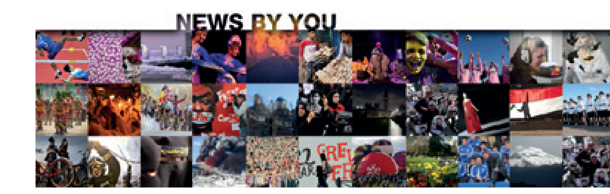
4. FERTIGES BILD SPEICHERN

Ist die Anpassung durchgeführt, können Sie das Foto auch gleich wieder herunterladen. Praktischerweise erlaubt der Pop Art Photo Maker den Download in voller Qualität: Klicken Sie auf „Save Photo“ und wählen Sie einen Speicherort. Anschließend liegt Ihr persönliches Pop-Art-Meisterwerk auf Ihrer Festplatte.

DEMOTIX – BILDER PER APP AUF DEN NEWSWIRE SENDEN

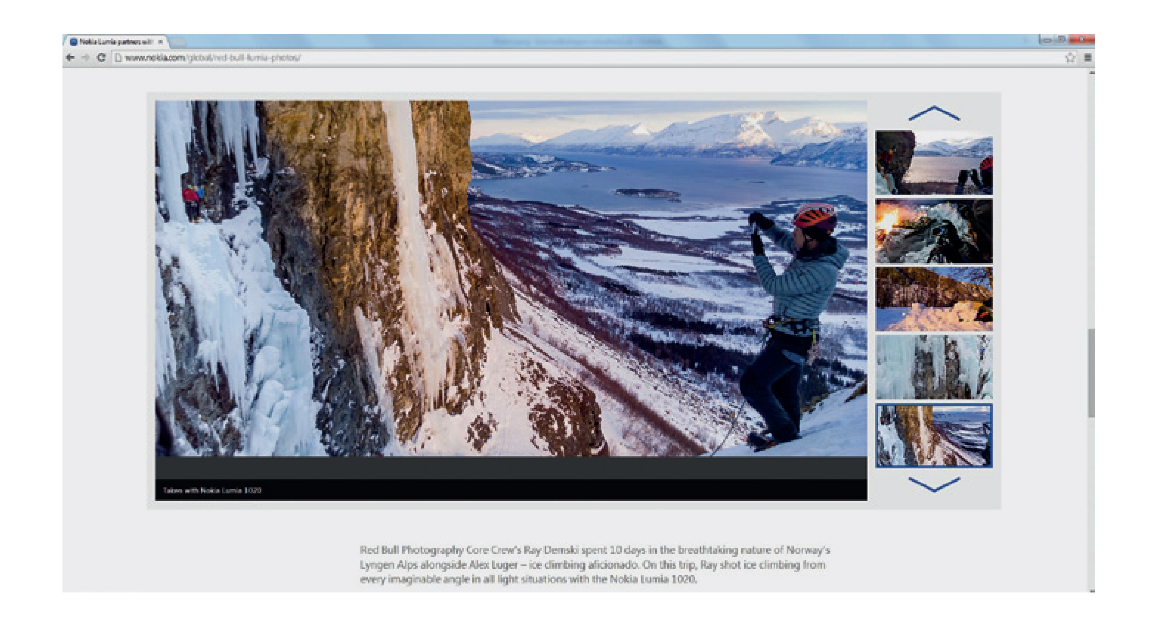
Es gibt viele Agenturen, die Smartfotografen die Option bereitstellen, mit Smartfotos Geld zu verdienen. Die Agentur Demotix ist darauf spezialisiert, Nachrichtenfotos von ganz „normalen“ Menschen und Freelancern, sogenannten Citizen Journalists, weltweit zu verbreiten. Dort, wo hochaktuelle Nachrichtengeschehnisse passieren, können Smartfotografen als Augenzeugen und mit einem persönlichen Blick Ereignisse festhalten und Smartfotos über Demotix namhaften Medien und anderen Kunden zugänglich machen.





von Sandra Boerma

Als neuartige Nachrichtenagentur, die Nachrichten liebt und Geschichten von Bedeutung Gehör verschaffen möchte, versteht sich Demotix und spricht von sich als „The home of World-Leading Photojournalism“.
Demotix bietet Fotografen – sei es mit dem Smartphone oder mit DSLR-Ausrüstung – somit ein attraktives Netzwerk und die Chance, Erträge zu erwirtschaften und eigene Bilder in der bekannten Presse wie zum Beispiel in der New York Times, dem Time Magazine, dem Figaro, beim BBC oder in der Bildzeitung zu veröffentlichen.
Neben der eigenen Datenbank hält die Plattform eine Redaktion vor, um die besten und relevantesten Fotos auszuwählen und per ftp an selektierte Redaktionen zu senden. Darüber hinaus arbeitet Demotix – Demotix wurde übrigens 2012 von Corbis gekauft – seit 2011 mit Corbis für eine weltweite Vermarktung von verlesenen Bildauswahlen zusammen.
Da es sich um eine englischsprachige Agentur handelt, sollte man fit genug sein, um eigene Fotos mit Mediadaten, also auch mit der Caption und den Keywords, auf Englisch zu versehen. Zu den bei Demotix verfügbaren Inhalten gehören nicht nur aktuelle Breaking News, sondern auch die Kategorien Kunst, Kultur & Unterhaltung, Sport, Wirtschaft, Politik, Umwelt, Gesellschaft und „Unsere Welt“.
Einkünfte teilt Demotix mit Fotografen im Verhältnis 50:50 und bietet für eine schnelle und einfache Handhabung eine App, verfügbar für iOS und Android. www.demotix.com



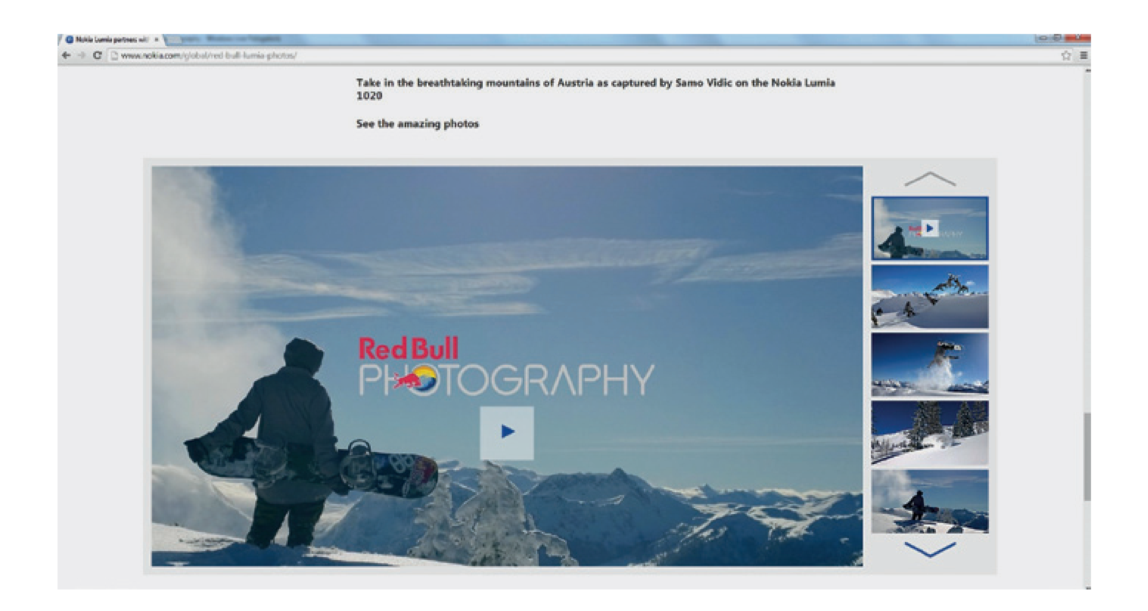
RED BULL PHOTOGRAPHY & NOKIA LUMIA: EINE KREATIVE PARTNERSCHAFT

Dem aufmerksamen Betrachter wird nicht entgangen sein, dass Red Bull sich längst nicht mehr nur mit coolen Getränken und herausragenden sportlichen Aktivitäten befasst. Der neueste Schritt von Red Bull heißt Red Bull Photography und möchte authentische und fesselnde Fotografie präsentieren. Nokia Lumia präsentiert auf dem Markt indes das Nokia Lumia 1020 mit 41 Megapixeln. Was passiert nun, wenn sich diese beiden zusammentun? Die Partnerschaft zeigt ein fotografisches Ergebnis mit ganz eigenem Gesicht.

von Sandra Boerma

Das Red Bull Media House möchte mit Red Bull Photography Neues bieten: „..nicht nur außergewöhnliche[n] (Extrem-) Sport, sondern auch Lifestyle, Landschaften, Kultur, Portraits und Kunst zur redaktionellen und lizensierten Nutzung...“. Dies zeigt sich auch in der Partnerschaft mit Nokia Lumia. Red Bull Photography stellt auf seiner Webseite ausgewählte Fotografen vor und ließ handverlesene und außergewöhnliche Fotografen mit Nokia Lumia Smartphones arbeiten und ihrer persönlichen Kreativität Ausdruck verleihen.

Die aus dieser Partnerschaft entstandenen Bilder vermitteln ein ganz eigenes Lebensgefühl, die Freude an lebensnaher Fotografie und an außergewöhnlichen sportlichen Erlebnissen. Der preisgekrönte Fotograf Ray Demski zum Beispiel fotografierte am Nördlichen Polarkreis Bilder von Eiskletterern und war mit seiner Arbeit zufrieden: „Es ist fantastisch, DNG



Raw in einem Smartphone zu haben! Ich habe die Kamera für Landschaftsaufnahmen und relativ statische Aufnahmen in gutem Licht mit Weitwinkel als großartig empfunden, eine tolle Auflösung in einem Smartphone." Samo Vidic nahm in der Österreichischen Bergwelt außergewöhnliche Snowboard-Bilder auf. Und Craig Kolesky, Fotograf in Südafrika, nutzte das Nokia Lumia 1020, um die Schönheit des Skateboardens zu zeigen: „Es war cool, die Smart Sequence mit dem Lumia 1020 zu nutzen. Dies hat mir ermöglich, genau die Aufnahmen zu erhalten, die ich brauchte." Die Frage, was Red Bull mit der Zusammenarbeit bezweckt, wird bereits durch eine Betrachtung der Bilder veranschaulicht und auch auf der Red Bull Photography Webseite beantwortet: „...um Red Bull Photography-Projekten ein weiteres innovatives Element hinzuzufügen und um die Grenzen der neuen mobilen Bildertechnik auszuweiten."
Die Beschränkungen von neuen mobilen Bildertechniken reduzieren möchte auch Nokia Lumia, sowie die Betrachter herausfinden lassen, was passiert, wenn die kreativsten und abenteuerlustigsten Fotografen ihre Kamera nutzen können. Unterdessen startete im Rahmen der Zusammenarbeit auch ein Fotowettbewerb. Foto-Amateure konnten ihre Fotos in der ersten Phase des Wettbewerbs einreichen. Eine ausgewählte Fotografengruppe konnte dann mit einem leihweise zur Verfügung gestellten Lumia 1520 Action-Shots aufnehmen und damit im Voting begeistern: (Hashtag: #LumiaXRedBullPhotography). Den drei Siegern winkt die „Red Bull VIP Experience".
Für interessierte Betrachter lohnt es sich derweil, einen Blick auf die entstandenen Bilder zu werfen. Und was ist das Ergebnis für Red Bull Photography und Nokia Lumia? Eine clevere Partnerschaft – Nokia Lumia kann so das eigene Angebot präsenter und für Fotografen attraktiver kommunizieren. Red Bull Photography setzt eine ganz eigene Art der Fotografie weiter um und macht den eigenen Namen auch über den Bereich des Action-Sports hinaus weiter bekannt.
http://www.nokia.com/global/red-bull-lumia-photos
http://www.redbullphotography.com/

FOTOS ZUM AN DIE WAND KLATSCHEN

Smartphone-Fotos lassen sich schnell und einfach in den sozialen Netzen teilen. Ausdrucken und ins Album kleben ist weniger verbreitet. Viele Anbieter versuchen das zu ändern. Mit clixxie Flexiphoto können Fotos per App bestellt werden, die per Spezialpapier einfach an der Wand befestigt werden können.



von Timo Stoppacher



Bild: Marcus Richter

Fotos von iPhone und Co. haben schon lange eine ausreichende Auflösung für Papierabzüge, selbst Poster sind oft schon möglich. Doch der Weg dahin ist nicht immer komfortabel. So müssen oft die Dateien erst auf den Computer übertragen werden. Dann geht es entweder online oder per Datenträger zum Fotoanbieter. Zunehmend werden auch Apps zu diesem Zweck angeboten, sodass der Umweg über den Computer nicht mehr nötig ist.
Um sich auch noch das ins Album einkleben oder das Rahmen der Bilder zu ersparen, hat der Anbieter clixxie die App Flexiphoto auf den Markt gebracht (derzeit nur für das iPhone).
Clixxie druckt die Fotos auf eine Folie, die durch Elektrostatik direkt an der Wand haftet. Das soll auf verschiedenen Oberflächen möglich sein. Da kein Kleber eingesetzt wird, sollen die Fotos auch wieder rückstandslos entfernt werden können.
Die App ist selbsterklärend und intuitiv zu bedienen. Sie können in einer Bestellung verschiedene Fotos in zwei Formaten auswählen. Bilder im Format 13 x 10 Zentimeter kosten 2,75 Euro, größere Bilder im Format 18,8 x 14,5 Zentimeter kosten 3,75 Euro. Pro Bestellung kommen 1,95 Euro Versandgebühr hinzu.

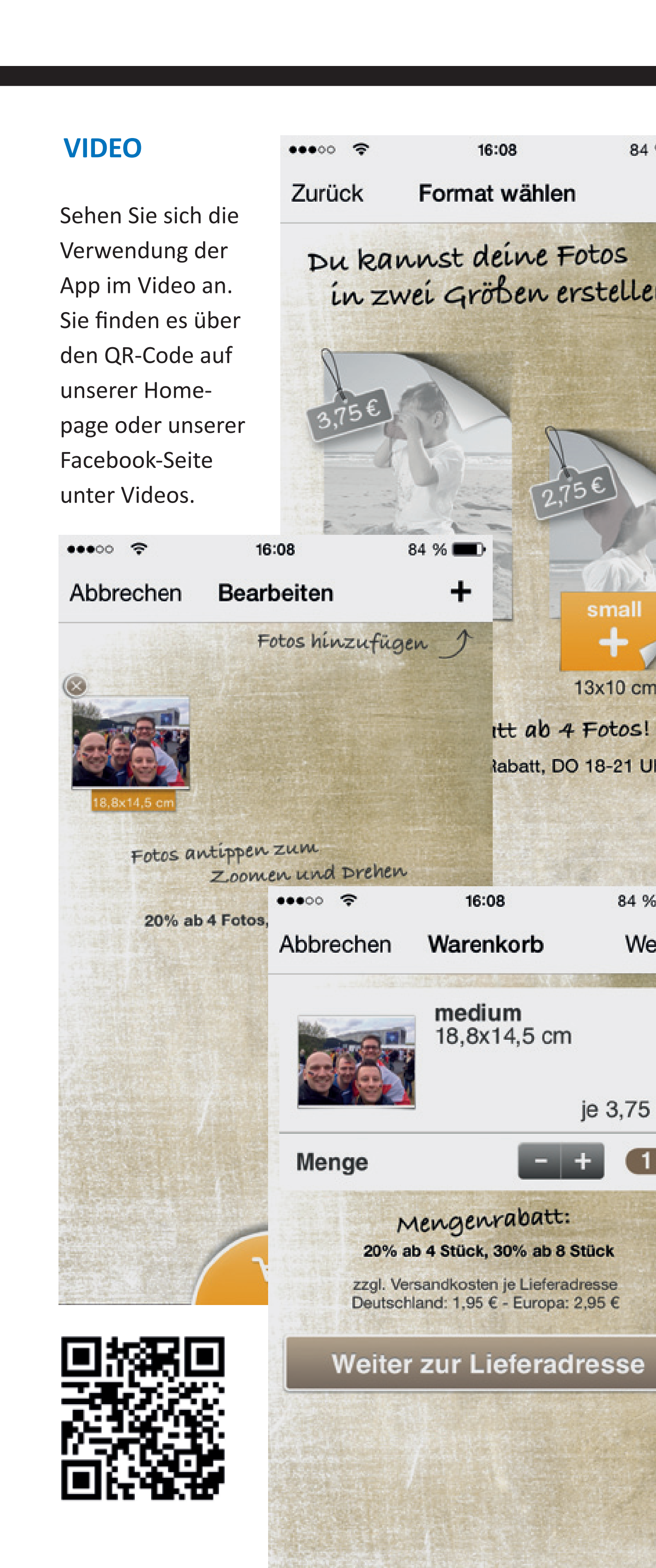
GEWINNSPIEL

Wenn Sie Ihre eigenen Fotos gerne als Flexiphoto haben möchten, nehmen Sie an unserem Gewinnspiel teil.
Schicken Sie einfach bis zum 5.9.2014 eine E-Mail an:
ts@smart-photo-digest.de
Unter allen Einsendern verlosen wir zehn Gutscheine für je zwei Flexiphotos im Format 18,8 x 14,5 Zentimeter inkl. Versand.

Im unserem Test, den Sie auch als Video anschauen können (siehe Kasten rechts), haben wir die Bestellung innerhalb weniger Minuten aufgegeben. Nach zwei Tagen kamen die bestellten Fotos an und haften problemlos auf glatten Oberflächen wie Türen, aber auch auf Raufaser.

VIDEO

Sehen Sie sich die Verwendung der App im Video an. Sie finden es über den QR-Code auf unserer Homepage oder unserer Facebook-Seite unter Videos.





ZWEI LEBEN IN BILDERN

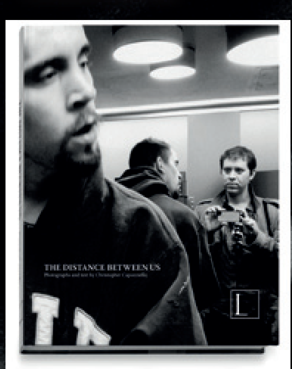
(ts) Zwillingsbrüder. Der eine ist gesund, der andere wird bei der Geburt nicht ausreichend mit Sauerstoff versorgt und ist schwer behindert. Christopher Capozziello wird ein weltweit bekannter und ausgezeichneter Fotograf. Neben seiner Arbeit dokumentiert er immer das Leben seines behinderten Bruders Nick mit der Kamera. Daraus ist ein Bildband entstanden: The Distance Between Us. Von 2000 bis 2012 zeigen viele Fotos das Leben der Brüder. Die vielen medizinischen Behandlungen von Nick, Notarzteinsätze, aber auch Partyszenen und den Versuch, ein ganz normales Leben zu führen. Höhepunkt des Bildbands ist ein gemeinsamer Roadtrip der Brüder durch weite Teile der USA. Hier kommen vermehrt Smartphone-Bilder zum Einsatz. Neben den Bildern, die Christopher Capozziello gemacht hat, sind auch die Fotos zu sehen, die Nick auf dieser Reise gemacht hat.

Eine Veröffentlichung der Bilder in dieser Form war nicht geplant. „Die Zeit, die ich mit meinem Bruder verbracht habe, während ich durch meine Kamera schaute, hat mich dazu gezwungen Fragen zu stellen über Leiden und Glauben und warum jemand mit einer Behinderung geboren wird. Bilder zu machen, war für mich eine Möglichkeit, mit der Tatsache umzugehen, dass ich einen Zwillingsbruder habe, der sich auf eine Weise durch das Leben kämpft, wie ich es nicht muss“, sagt Christopher Capozziello.

Die herausragende Fotoarbeit über diese äußerst schwierige und hoch emotionale Situation hat

bisher 33 internationale Auszeichnungen erhalten. Edition Lammerhuber hat die Fotogeschichte 2012 im Rahmen des Lumix Fotofestivals mit dem Lammerhuber Photography Award ausgezeichnet und darüber das nun vorliegende Buch „The Distance Between Us“ publiziert.

Bei den ADC 93rd Annual Awards wurde das Buch im April in der Kategorie Photography/Photography General/Book mit einem Golden Cube ausgezeichnet. Ebenfalls gewann es den Deutschen Fotobuchpreis SILBER 2014 in der Kategorie konzeptionell-künstlerische Fotobildbände.



Christopher Capozziello
24 x 30 cm, 208 Seiten,
160 Fotos, Englisch, Hardcover,
„French Fold“-Schutzumschlag
ISBN 978-3-901753-61-9
Oktober 2013, 59,- Euro

ANZEIGENKUNDEN IN DIESER AUSGABE:

IMPRESSUM

VISUELL+SMART PHOTO DIGEST
Herausgeber: Dieter Brinzer

Verlagsanschrift:
Presse Informations
Aktiengesellschaft (PIAG)
Rathausplatz 7
76532 Baden-Baden
www.piag.de, office@piag.de
Tel. + 49 (0) 7221 301 75 60
Fax + 49 (0) 7221 301 75 70

Redaktion SMART PHOTO DIGEST:
Timo Stoppacher
Jahnstraße 9, 51147 Köln,
Tel.: +49 (0) 2203 5693323,
E-Mail: ts@smart-photo-digest.de

Redaktion VISUELL:
Dieter Franzen, Dr. Ulrich Philipp,
Ulla Baum, Dieter Brinzer

Ständige Mitarbeiter:
Heiko Fischer, Thorsten Winkler

Weitere Autoren dieser Ausgabe:
Bettina Blaß, Sandra Boerma, Boris Hofferbert, Isolde Kommer, Christian Rentrop, Ralf Schellen, Lars Siebenhaar, Manou Wahl, Gerd Raymund, Klaus Plaumann

Marketing/Anzeigen:
Marion Wittmann
Tel.: + 49 (0) 7221 301 75 60
E-Mail: anzeigen@piag.de
Mediendaten unter
www.piag.de
(VISUELL+SMART PHOTO DIGEST)

Bezugskosten:
Deutschland als PDF oder Print
mit viermaligem Versand/Jahr:
23,60 EUR,
Übriges Europa (4x): 32,00 EUR
Kiosk-Verkauf: 5,90 EUR,
Einzelversand inkl. Porto: 6,90 EUR
Abo-Verlängerung automatisch,
soweit nicht 6 Wochen vor Ablauf des
Bezugszeitraums gekündigt wurde.

Bestellung:
Tel.: + 49 (0) 7221 301 75 60
Einzelhefte, Abos, Fachbücher
E-Mail: bestellung@piag.de

Bank: Postbank Karlsruhe,
BLZ 660 100 75,
Kto.-Nr.: 2745 4756
IBAN DE18 6601 0075 0027 4547 56
BIC (SWIFT) PBNKDEFF

Grafik: Inka Carolin Zellner,
E-Mail: inka_zellner@gmx.ch
Lektorat: Ulla Baum
Tel.: + 49 (0) 7221 301 75 60

Erscheinungsweise:
VISUELL+SMART PHOTO DIGEST
erscheint vierteljährlich.
Die nächste Ausgabe erscheint am
15. November 2014. Musterseiten
können Sie unter Angabe des
Namens und der E-Mail-Adresse
beim Verlag kostenlos anfordern.

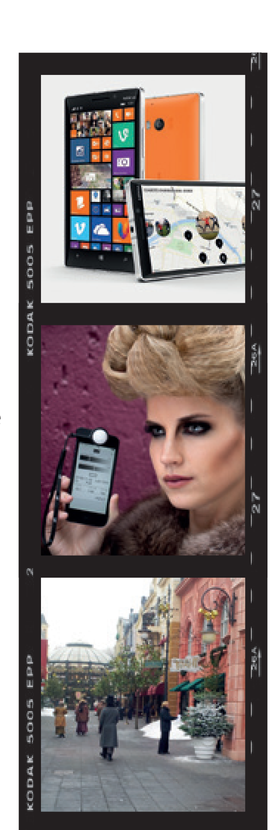
Vertrieb:
IPS Pressevertrieb GmbH
Postfach 1211
53340 Meckenheim
Tel.: +49-2225-8801-0
Fax: +49-2225-8801-199
eMail: info@ips-pressevertrieb.de
– sowie bestellung@piag.de
www.smart-photo-digest.de
facebook.com/SmartPhotoDigest

Die nächste Ausgabe von
SMART PHOTO DIGEST erscheint
am 15. November 2014.
Darin finden Sie u.a.
folgende Themen:

VORSCHAU

IM TEST

20 Megapixel PureView und ein gewölbtes Display. Was kann das Nokia Lumia 930?



BELICHTUNGS-MESSER

Nutzen Sie Ihr iPhone als professionellen Belichtungsmesser zur Objekt- und Lichtmessung.

11 TIPPS

So werden Ihre Smartphone-Fotos viel besser, gerade im Winter.